

# Perencanaan Program Marketing Public Relations pada Raindear Coffee and Kitchen = Marketing Public Relations Planning for Raindear Coffee and Kitchen

Tia Regita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20505013&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

<p>RINGKASAN EKSEKUTIF</p><p>Analisis Situasi </p><p>Strength (Kekuatan):</p><p>1. Raindear memiliki aset media sosial yaitu Instagram, Facebook, dan Whatsapp yang dipergunakan sebagai kanal promosi pada target audiens yang dituju.</p><p>2. Lokasi Raindear berada di pusat kota dan dekat dengan Stasiun Bogor, Gerbang tol Bogor, dan Lembaga Pendidikan sehingga akses bagi target audiens menuju lokasi Raindear cukup mudah.</p><p>3. Memiliki bangunan yang luas dan dapat menampung lebih dari 100 pengunjung menjadi modal yang cukup untuk ajang promosi kepada target audiens.</p><p>4. Terdapat Manager yang berjaga dan berhubungan baik dengan customers melalui interaksi langsung.</p><p>5. Dengan menjual makanan dan minuman yang berbeda dibandingkan dengan kompetitor, dapat dijadikan daya tarik tersendiri.</p><p>6. Raindear sudah peduli terhadap isu lingkungan dengan menggunakan alat yang dapat didaur ulang, yang dapat dijadikan untuk branding.</p><p>Weakness (Kelemahan):</p><p>1. Raindear tidak memiliki staf khusus untuk maintenance media sosial, sehingga unggahan yang dihasilkan kurang menarik.</p><p>2. Belum menentukan brand positioning sebagai coffee shop dengan resto yang memiliki ciri khas yang dapat dikenal.</p><p>3. Belum memaksimalkan kegiatan pemasaran dan promosi yang efektif dan terencana.</p><p>4. Instagram menjadi satu-satunya media sosial yang paling aktif sehingga pencapaian target audiens belum maksimal.</p><p>Opportunity (Peluang):</p><p>1. Mendapatkan dukungan dari pemerintah pusat dan daerah untuk mengembangkan usaha kreatif dalam bidang kuliner.</p><p>2. Pergeseran kedai kopi sebagai tempat rekreasi untuk mengisi waktu luang.</p><p>3. Target audiens yang luas menjadikan Raindear memiliki peluang mendapatkan pengunjung lebih banyak.</p><p>4. Peluang mendapatkan pengunjung yang peduli terhadap isu lingkungan hidup.</p><p>Threat (Hambatan):</p><p>1. Kompetitor dari Raindear memiliki kegiatan pemasaran yang lebih masif dan lebih kreatif.</p><p>2. Lokasi yang berdekatan dengan kompetitor, membuat target audiens dapat memilih dan membuat tujuannya berubah dengan mudah.</p><p>Tujuan Meningkatkan awareness dan membangun citra dari Raindear sebagai coffee shop dan restoran yang peduli terhadap pengurangan sampah plastik di Bogor</p><p>Khalayak Sasaran </p><p>o Demografis</p><p>o Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan</p><p>o Usia: >18 Tahun</p><p>o Jenjang: Mahasiswa, Karyawan, dan Keluarga yang bekerja</p><p>o Tingkat Ekonomi: Kelas Menengah dan Menengah Atas</p><p>o Psikografis</p><p>o Lifestyle: senang berkumpul bersama teman maupun keluarga, dinamis, praktis, dan menyukai hal baru.</p><p>o Memiliki minat untuk berdiskusi perihal isu lingkungan</p><p>o Penggemar kuliner</p><p>o Geografis</p><p>o Kewarganegaraan: WNI dan WNA</p><p>o Domisili: Jabodetabek</p><p>o Wilayah sasaran umum: Jabodetabek</p><p>Pesan Kunci </p><p>1. Melalui program “Let’s Reduce Plastic Use with Raindear Coffee & Kitchen”, Raindear menjadi coffee shop dan restoran yang turut berperan dalam pengurangan sampah plastik di

Bogor.</p><p>2. Melalui program yang dibuat, Raindear mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan pengurangan sampah plastik dan berusaha mendatangkan lebih banyak pengunjung.</p><p>Program </p><p>1. Pembuatan website</p><p>2. Optimalisasi media sosial</p><p>3. Challenge "Let's Reduce Plastic Use with Raindear Coffee & Kitchen" di media sosial</p><p>4. Special Event "Movie Night"</p><p>5. Special Event "Show your Creativity to Save The Earth at Raindear Coffee & Kitchen"</p><p>Jadwal Mulai Januari 2021</p><p>Anggaran Total anggaran adalah Rp. 207.670.000</p><p>Evaluasi Metode evaluasi yang digunakan adalah metode input, output, dan outcome.</p><p>• Input: melakukan evaluasi terhadap proses pelaksanaan kegiatan</p><p>• Output: melakukan evaluasi terhadap hasil dari pelaksanaan kegiatan</p><p>• Outcome: melakukan pengukuran dampak dan evaluasi dari pelaksanaan kegiatan</p><p> </p><hr /><p>Situation Analysis </p><p>Strength:</p><ol><li>Raindear has social media assets such as Instagram, Facebook, and WhatsApp that are used as a promotional channel to the addressed target audience.</li><li>Raindear is located in a downtown, close to the Bogor Station, Bogor toll gate, and educational institutions that create an easy access for the target audience to reach Raindear.</li><li>Raindear has a wide and large building that can accommodate more than 100 guests make a good promotion asset to the target audiences.</li><li>Feasible Manager who stays and have a good relationships with customer through direct interaction.</li><li>Raindear offers variety of food and beverages compared to its competitor creates a distinct attractiveness.</li><li>Raindear shows that they care about environmental issues by using reusable tools, which can be used for branding.</li></ol><p>Weakness:</p><ol><li>Raindear does not have an appointed staff who maintain its social media, hence making their social media unattractive.</li><li>Has not yet chosen a brand positioning as a coffee shop that has a distinct uniqueness to be known.</li><li>Has not yet maximize an effective and planned marketing activity as well as promotion.</li><li>Instagram is the only social media used, therefore the target audience is not maximal.</li></ol><p>Opportunity:</p><ol><li>To get support from central and local government to develop a creative business in culinary line.</li><li>To create coffee shop as a recreation place or leisure.</li><li>To attract more visitors</li><li>To attract visitors who do care about environmental issues.</li></ol><p>Threat:</p><ol><li>Raindear's competitors has more massive and better marketing strategy.</li><li>Located close to competitors creates possibility for target audience to choose and change their destination.</li></ol><p>Goal Increase sales and build Raindear's image as a coffee shop and restaurant that cares about plastic waste reduction in Bogor.</p><p>Target Audience </p><ul><li>Demographic:<ul><li>Sex: Male and female</li><li>Age: > 18 years old</li><li>Target: College students, employee, and working families</li><li>Economic status: Upper class and Middle class</li></ul></li><li>Psychographic:<ul><li>Lifestyle: loves to gather with friends and families, dynamic, practical, and open to new things.</li><li>Environmental issue interests.</li><li>Culinary enthusiasts</li></ul></li><li>Geographic:<ul><li>Citizenships: Indonesian and foreigner.</li><li>Residential area: Jabodetabek</li><li>General target area: Jabodetabek</li></ul></li></ul><p>Key Message </p><ol><li>Through the program "Let's Reduce Plastic Use with Raindear Coffee & Kitchen", Raindear became a coffee shop and restaurant that participated in reducing plastic waste in Bogor.</li><ol><li value="2">Through the program created, Raindear invited the community to participate in plastic waste reduction activities and try to bring in more visitors</li></ol><p>Program </p><ol><li>Website creation.</li><li>Social media

optimization</li><li>Create “Let’s Reduce Plastic Use with Raindear Coffee & Kitchen” challenge in social media</li><li>Special Event “Movie Night”</li><li>Special Event “Show your Creativity to Save the Earth at Raindear Coffee & Kitchen”</li></ol><p>Schedule              Starting January 2021</p><p>Budget Total budget of Rp 207.670.000</p><p>Evaluation              Evaluation method used is input, output and outcome.</p><ul><li>Input: Evaluate process of the program</li><li>Output: Evaluate results or outcome of the program</li><li>Outcome: Measure and evaluate impact of the program</li></ul><p> </p>