


LAMPIRAN

Lampiran 1



*Gambar: Sertifikat Praktik Kerja Lapangan Safri Wira Fatimah
Sumber: Cornelia & Co PR & Marketing Agency*

Lampiran 2



FORMULIR PENILAIAN

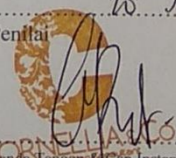
Nama Instansi / Perusahaan : Cornellia & Co PR & Marketing Agency
 Nama Penilai : Dr. Ayu Helena Cornellia, SA, MGI
 Jabatan : Director Founder
 Alamat Kantor / Perusahaan : Perum. Lempongari Cd. YK 5551
 Nomor Telephon : 031 825 1302
 Nama Mahasiswa yang dinilai : Satri Wira Fatimah
 PKL/ Magang di bagian : Public Relations Konsultan
 Mulai PKL/ Magang Sejak : 2 Februari 2020

| Jenis Kemampuan | Tanggapan / Komentar Pihak Pengguna ** | | | | |
|-----------------------------------|--|------|-------|--------|---------------|
| | Sangat Baik | Baik | Cukup | Kurang | Sangat Kurang |
| Komunikasi | ✓ | | | | |
| Kerjasama | ✓ | | | | |
| Kemandirian | ✓ | | | | |
| Kreativitas | | ✓ | | | |
| Kemampuan menggunakan alat modern | | ✓ | | | |

** Mohon diisi dengan tanda V pada kolom isian diatas

Komentar lain / saran – saran : Perlu lebih meningkatkan percaya diri

28 Juni 2020

Penilai

 (.....)
 (Tanda Tangan & Cap Instansi / Perusahaan)

SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA
 Jl. Laksda Adisucipto KM.6,5 No.279, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta 55281
 Telp.0274-4533864, Faxes:0274-484574, Website: www.akindo.ac.id, E-mail:humas@akindo.ac.id

Gambar: Bukti Penilaian Praktik Kerja Lapangan Safri Wira Fatimah
 Sumber: Cornellia & Co PR & Marketing Agency

Lampiran 3

Tabel: 4.2 Minutes Meeting Bu Wasi Catering & Cornellia & Co
Minutes Meeting Bu Wasi & Cornellia & Co

Hari, Tanggal : Selasa, 25 Februari 2020

Tempat : Kantor Bu Wasi

Pukul : 11.00 - selesai

Attendance : Bu Nuke, Natalia, Andhika, Safri, Bu Tini, Mas Adi

| No | TOPIK | REMARK | PIC | STATUS |
|----|--|---|---------------------|--------|
| 1 | Telemarketing dengan daftar pengguna gedung UNY dilakukan dari tanggal 25-29 februari 2020 | | Tim C&C | |
| 2 | Telemarketing dengan gedung | <ul style="list-style-type: none"> - Omah Pakem - Madu Candya - gedung serbaguna Graha Santika Tamansari - gedung-gedung di daerah Bantul | Tim C&C | |
| 3 | Menanyakan gedung-gedung pertemuan di Bantul untuk melakukan sales call dan membuat paket dengan Bu Wasi | | Tim C&C dan Bu Wasi | |
| 4 | Menjadwalkan sales call | <ul style="list-style-type: none"> - Madu Candya - Tegalrejo | Tim C&C dan Bu Wasi | |
| 5 | Menjadwalkan refill brosur dan silaturahmi dengan gedung-gedung dilakukan 2 bulan sekali | | Tim C&C dan Bu Wasi | |
| 6 | Menyelesaikan desain brosur | | Tim C&C (Safri) | |
| 7 | Melakukan telemarketing ke WO di | | Tim C&C dan Bu Wasi | |

| | | | | |
|----|--|--|---------------------|--|
| | jogja mulai dari tanggal 1 maret | | | |
| 8 | Membuat list WO di jogja sebanyak mungkin | | Tim C&C (Andhika) | |
| 9 | Tanya ke mbak Serena mengenai member organisasi WO untuk gathering | | Tim C&C dan Bu Wasi | |
| 10 | Membuat list perias untuk telemarketing | | Tim C&C dan Bu Wasi | |
| 11 | Melakukan telemarketing dengan instansi/pemkot | | Tim C&C dan Bu Wasi | |
| 12 | <i>Rebranding</i> logo bersama dengan brosur | | Tim C&C dan Bu Wasi | |
| 13 | Meeting berikutnya membahas mengenai rice bowl dan promosi untuk bulan puasa | | Tim C&C dan Bu Wasi | |

Sumber: Penulis (2020)

Lampiran 4

Tabel: 4.3 Minutes Meeting Bu Wasi Catering & Cornellia & Co
Minutes Meeting Bu Wasi & Cornellia & Co

Hari, Tanggal : Selasa, 17 Maret 2020

Tempat : Kantor Bu Wasi

Pukul : 11.00 - selesai

Attendance : Bu Nuke, Natalia, Safri, Bu Tini, Mas Adi

| No | TOPIK | REMARK | PIC | STATUS |
|-----------|---|---|---------------------|---------------|
| 1 | Menjadwalkan Telemarketing dan sales call dengan gedung-gedung secara rutin | | Tim C&C dan Bu Wasi | |
| 2 | Mengundang WO yang sulit dihubungi melalui telemarketing | Mengundang WO ke event-event Bu Wasi agar dapat mengetahui rasa dan kecukupan <i>Catering</i> | Tim C&C dan Bu Wasi | |
| 3 | Telemarketing Ospro | Menghubungi Ospro untuk membuat janji bertemu dalam event Bu Wasi | Tim C&C dan Bu Wasi | |
| 4 | Membuat data list perias yang memiliki paket wedding | | Tim C&C (Safri) | |
| 5 | Melengkapi telemarketing ke WO yang belum selesai | | Tim C&C dan Bu Wasi | |
| 6 | Deadline instagram planning di <i>meeting</i> tanggal 24 maret 2020 | | Tim C&C (Natalia) | |

Sumber: Penulis (2020)

Lampiran 5

Tabel: Unsur Pokok Rebranding Bu Wasi Catering

| No | Unsur Branding | Baru | Lama |
|----|---------------------------------|---|--|
| 1. | Logo |  |  |
| 2. | Tujuan Citra yang Ingin Dicapai | Pembaharuan Bu Wasi Catering menjadi lebih modern tanpa melupakan jati diri | Pemilik Bu Wasi Catering saat ini tidak mengetahui makna dari logo lama |
| 3. | Pasar Konsumen | Perempuan dan laki-laki | Dewasa dan orang tua |
| 4. | Harga Produk | Menjangkau kalangan menengah dan menengah keatas | Menjangkau kalangan menengah dan menengah keatas |
| 5. | Media Promosi | <i>Offline dan online</i> | <i>Offline</i> |
| 6. | Tempat/Titik Layanan | Kantor baru di Jl. Langastran Kidul No.5, Panembahan, Kecamatan Kraton, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta | Kantor lama di Jl. Langastran Lor No.10, Panembahan, Kecamatan Kraton, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta |

Sumber: Penulis (2020)

Lampiran 6

Tabel: Segmen Pasar Bu Wasi Catering Sebelum dan Sesudah Melakukan Rebranding

| No | Unsur | Target Sesudah Rebranding | Target Sebelum Rebranding |
|----|-------------------|------------------------------------|-------------------------------|
| 1. | Segmen | Perempuan dan laki-laki | Dewasa dan orang tua |
| 2. | Jangka Umur | 18 - 55 tahun | 35 – 55 tahun |
| 3. | Geografi | Provinsi DI Yogyakarta | Provinsi DI Yogyakarta |
| 4. | Tingkat Ekonomi | Menengah, dan Menengah Keatas | Menengah, dan Menengah Keatas |
| 5. | Lingkup Pekerjaan | dosen, pejabat dan pegawai-pegawai | dosen dan pejabat |
| 6. | Melek Teknologi | Ya | Tidak |

Sumber: penulis (2020)

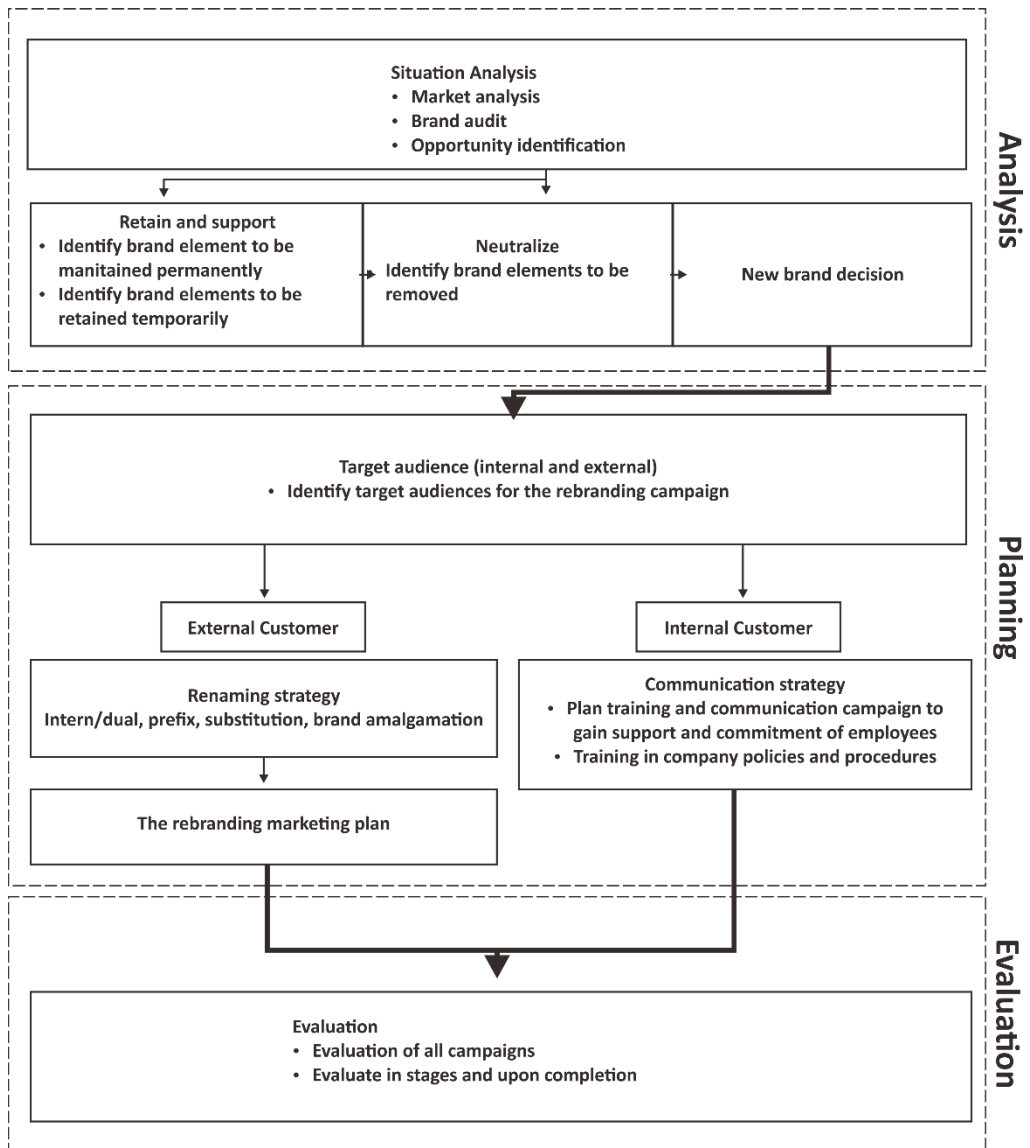
Lampiran 7

Tabel: Perbandingan Media yang Digunakan Bu Wasi Catering Sebelum dan Sesudah Rebranding

| Media Sesudah Rebranding | Media Sebelum Rebranding |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Relasi• Instagram• Facebook• Pembuatan brosur saat event dan dititipkan di gedung-gedung dan WO• Pembuatan kartu nama• Website (masih dalam proses)• menu• spanduk• flyer• telemarketing• salles call | <ul style="list-style-type: none">• Relasi• Pembuatan brosur yang selalu dipajang ketika ada event dan dititipkan di gedung-gedung• Pembuatan kartu nama yang selalu dipajang ketika event• <i>Word of Mouth</i> (WOM) yaitu dari mulut ke mulut• menu• spanduk• flyer• telemarketing• salles call |

Sumber: Penulis (2020)

Lampiran 8



Gambar: Bagan Proses Rebranding
 Sumber: Daly & Moloney (2004)

Lampiran 9



*Gambar: Logo Awal Bu Wasi Catering
Sumber: Arsip Bu Wasi (2020)*

Lampiran 10



*Gambar: Logo Baru Bu Wasi Catering
Sumber: Arsip Bu Wasi (2020)*

Lampiran 11



*Gambar: Dokumentasi Paket Parsel Bu Wasi Catering
Sumber: Dokumentasi Penulis (2020)*

Lampiran 12



*Gambar: Dokumentasi Rice Bowl Bu Wasi Catering
Sumber: Dokumentasi Penulis (2020)*

Lampiran 13



*Gambar: Dokumentasi Rice Box Bu Wasi Catering
Sumber: Dokumentasi Penulis (2020)*

Lampiran 14



*Gambar: Dokumentasi Paket Lauk Bu Wasi Catering
Sumber: Dokumentasi Penulis (2020)*



*Gambar: Dokumentasi Minuman Empon-Empon Bu Wasi Catering
Sumber: Dokumentasi Penulis (2020)*

Lampiran 16



Gambar: Dokumentasi Paket Sambal Bu Wasi Catering
Sumber: Dokumentasi Penulis (2020)

Lampiran 17



Gambar: Desain Promo Rice Bowl Bu Wasi Catering
Sumber: Dibuat oleh Safri Wira Fatimah

Lampiran 18



Gambar: Desain Promo Rice Box Bu Wasi Catering
Sumber: Dibuat oleh Safri Wira Fatimah

Lampiran 19



Gambar: Desain Paket Lauk Parcel Bu Wasi Catering
Sumber: Dibuat oleh Safri Wira Fatimah

Lampiran 20

PARCEL LEBARAN

~Ketupat Opor~

[Periode PO 8-19 Mei. Pengantaran 21 Mei - 23 Mei]

- Ketupat
- Ayam Opor
- Kuah Opor
- Telur Opor
- Abon
- Bubuk Dele
- Sambel Goreng
- Krecek+Kerni
- Krupuk Udang

FREE ONGKIR

ONLY 130K
(untuk 5 Orang)

note: - Jika menghendaki ayam kampung / ayam jawa harga 150k
- Jam Pengantaran mulai jam 14.00

Gambar: Desain Promo Parcel Bu Wasi Catering
Sumber: Dibuat oleh Safri Wira Fatimah

Lampiran 21

Sejak 1974 - Citarasa Tradisional dengan Sajian Istimewa

**KAMU DIRUMAH AJA
BIAR KAMI YANG ANTAR
MAKANANNYA**

#dirumahaja
#sajianistimewa
#diantarkerumah

☎ 0878 - 3272 - 4804 | ☎ (0274) 372 437 / 384 263 | 📍 @BuWasiCatering

Gambar: Greeting Dirumah Saja Bu Wasi Catering
Sumber: Dibuat oleh Safri Wira Fatimah

Lampiran 22



Gambar: Kartu Nama Resmi Bu Wasi Catering
Sumber: Dibuat oleh Safri Wira Fatimah

Lampiran 23



Gambar: Spanduk Promosi Bulan Ramadhan Bu Wasi Catering
Sumber: Dibuat oleh Safri Wira Fatimah

LIMA LANGKAH SEHAT MEMESAN MAKANAN VIA ONLINE



-  1 Cuci tangan setelah menerima makanan dari ojol
-  2 Pindahkan ke wadah milik sendiri
-  3 Buang semua bungkus
-  4 Cuci tangan kita sebelum makan
-  5 Selamat makan

LANGKAH AMAN DARI COVID-19 SAAT ORDER MAKANAN VIA OJOL

1. Tetap kenakan **MASKER** saat menerima
2. Utamakan pembayaran online, atau sediakan uang pas, atau iklaskan kembaliannya
3. Jangan langsung dimakan, lakukan langkah diatas
4. **PANASKAN MAKANAN APABILA TIDAK LANGSUNG DIMAKAN**
5. **Bu Wasi Catering** memasak dengan **standar higienis**

Sumber: KPAl Yogyakarta

Gambar: Flyer Edukasi Bu Wasi Catering
Sumber: Dibuat oleh Safri Wira Fatimah



Gambar: Instagram Bu Wasi Catering
Sumber: Media Sosial Instagram



Bu Wasi Catering

Katering



Suka

 **Pesan**



[Beranda](#)

[Ulasan](#)


[Foto](#)

[Video](#)

[Postingan](#)

Tentang



 **Jalan Langastran
Kidul No. 5, Kraton
Yogyakarta, Kota
Yogyakarta 55131**

[Dapatkan Petunjuk Arah](#)

*Gambar: Facebook Bu Wasi Catering
Sumber: Media Sosial Facebook*

Instrument Wawancara

1. Makna logo lama

Pemilik yang sekarnag tidak menegtahui makna khusus dari logo yang lama, maka kami membuatkan logo yang baru, agar terlihat lebih fresh dan modern.

Makna logo baru adalah bunga krisan yang memiliki makna kejujuran, dimana bu wasi mengunggulkan kejujuran dalam memberikan pelayanan dan lain-lain

Warna hijau diartikan sebagai pertumbuhan, daya hidup dan pembaharuan. Dimana Bu Wasi Catering berharap akan terus bertumbuh, hidup dan terus memberikan inovasi baru dalam melayani seluruh konsumen

2. Tujuan Rebranding Bu Wasi Catering:

- a. Menyegarkan kembali citra merek Bu Wasi Catering,
- b. Memulihkan citra setelah terjadinya krisis akibat dari perpindahan kantor,
- c. Merevitalisasi merek dan membuatnya lebih modern serta lebih relevan pada kebutuhan konsumen dalam hal pelayanan dan produk, namun tetap mempertahankan cara masak dan citarasa khas tradisional Jawa.
- d. Meningkatkan citra perusahaan berubah menjadi lebih dinamis dan mengikuti perkembangan zaman tanpa melupakan identitas utama pada tradisionalitas dan cita rasa,
- e. Melebarkan pangsa pasar yang berorientasi profit atau menysasar pasar milenial.

3. latar belakang melakukan rebranding Bu Wasi Catering:

- a. Apakah Bu Wasi terjadi pergantian kepemimpinan dan perubahan visi misi ?

Iya terjadi perubahan kepemimpinan. Dulunya dipimpin oleh Ibu Wasi, dan sekarang dilanjutkan oleh anak pertama beliau, yakni Ibu Tini.

Tidak ada perubahan visi dan misi

- b. Krisis image karena melakukan pemindahan kantor berakibat pada citra Bu Wasi
- c. Kejenuhan pasar karena Bu Wasi masih menggunakan strategi serta pelayanan yang dianggap calon segmen pasar milenial itu kuno
- d. Perkiraan Pertumbuhan Bu Wasi dengan rebranding menjadi lebih dinamis serta mengikuti perkembangan zaman juga teknologi
- e. Jalur bisnis atau pasar yang baru karena zaman sekarang marak dengan jual beli online, sehingga Bu Wasi melakukan rebranding agar dapat memiliki pasar secara offline maupun online
- f. Audiens baru, karena Bu Wasi ingin menjangkau pasar milenial
- g. Relevansi, karena Bu Wasi ingin memberikan pelayanan yang lebih modern tanpa melupakan identitas utama mengenai cita rasa dan tradisiona

4. Segmen pasar Bu Wasi Catering

| | Sebelum Rebranding | Target Setelah Rebranding |
|--------------------|--|--|
| Segmen | Dewasa, orang tua | Perempuan dan laki-laki |
| Jangka Umur | 35 – 55 tahun | 18 - 55 tahun |
| Geografi | Provinsi DI Yogyakarta | Provinsi DI Yogyakarta |
| Tingkat Ekonomi | Menengah, dan Menengah Keatas | Menengah, dan Menengah Keatas |
| Tingkat Pendidikan | Gak begitu paham e aku saf. Mungkin disesuaikan dengan | Kalau yang sekarang itu ditambah dengan pegawai-pegawai gitu |

| | | |
|-----------------|--|---|
| | tingkat ekonominya saja ya. Kl pekerjaannya malah tahu, rata-rata dosen dan pejabat gitu saf | ya. Kl dulu rata-rata orang berada lah |
| Melek Teknologi | Tidak | Ya |

5. Media yang digunakan oleh bu wasi untuk melakukan promosi sebelum dan sesudah rebranding adalah....

| SEBELUM | SESUDAH |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Relasi 2. Pembuatan brosur yang selalu dipajang ketika ada event dan dititipkan di gedung-gedung 3. Pembuatan kartu nama yang selalu dipajang ketika event 4. Dari mulut ke mulut | <ol style="list-style-type: none"> 1. Relasi 2. Instagram 3. Facebook 4. Pembuatan brosur saat event dan dititipkan di gedung-gedung dan WO 5. Pembuatan kartu nama 6. Website (masih dalam proses) |

6. Media yang digunakan dalam aktifitas rebranding:
- a. Media online: media sosial instagram dan facebook
 - b. Media offline: logo, menu, spanduk, kartu nama, flyer, telemarketing dan sales call

Pertimbangan pemilihan media:

- a. Media online, sosial media instagram dan facebook dipilih karena media tersebut merupakan media yang banyak digunakan oleh calon segmen pasar (milenial). Dengan adanya perkembangan teknologi yakni fasilitas beriklan di instagram dan FB melalui FB Ads, maka Bu Wasi Catering mengam il kesempatan tersebut untuk lebih

memperluas target pasar namun secara lebih spesifik. Biayanya relatif terjangkau, sekitar Rp 100.000 – Rp 150.000 dalam 1 minggu, yang mana bisa menjangkau kurang lebih 30.000 akun.

Dengan mengatur target pasar saat pendaftaran iklan, maka akun kami bisa muncul di akun-akun yang suka mengakses info terkait catering ataupun kuliner

- b. Media offline logo, menu, spanduk, kartu nama, dan flyer dipilih untuk menysasar pasar offline atau pasar yang bertatap muka, kemudia telemarketing dan salles call dipilih agar Bu Wasi dapat membangun hubungan dengan target telemarketing dan salles call sehingga mampu meningkatkan profit dengan bekerjasama.

(Data target telemarketing dan salles call sebelum rebranding dan sesudah rebranding)

7. Pelaksanaan promosi melalui media:

a. Media online:

- Instagram di update setiap hari Selasa, Kamis, Sabtu, Minggu
Selasa : Makanan/Dekorasi/Promo
Kamis : Makanan/Dekorasi/Promo
Sabtu : Tips
Minggu : History of Bu Wasi Catering
- Facebook di update : mengikuti jadwal ibadah, karena instagram dan FB memang slaing terhubung

b. Media offline:

- logo update satu kali
- menu update satu kali
- spanduk update ketika ada promo-promo khusus, setidaknya 1x dalam setahun saat Ramadhan
- kartu nama update satu kali
- flyer selalu menggunakan design yang sama, hanya sekali di update ketika ada perubahan alamat kantor

- telemarketing setiap satu bulan 2 kali
- sales call setiap satu bulan 2 kali

8. alasan bu wasi melakukan pindah kantor ?

Karena bangunan sudah tua dan butuh tempat yang baru agar dapur bisa lebih luas.

dari kantor lama dan kantor baru, kantor mana yang lebih strategis?

Sama-sama strategis, karena masih terletak di wilayah yang sama

Apa perbedaan kantor lama dengan kantor baru?

Dapur lebih luas, kantor terpisah dengan rumah pemilik

Apa saja pengaruh dari kantor baru bu wasi ?

Suasana kantor yang baru, diharapkan dapat menambah semangat yang baru (karena pindahnya awal tahun 2020).

Design interior yang baru, membuat kantor terlihat lebih rapi

9. harga produk dan pelayanan bu wasi sebelum melakukan re branding dan setelah melakukan rebranding? Data harga sebelum dan sesudah rebranding?

Harga relatif sama. Naik turun harga jual, selalu mengikuti harga pokok di pasaran