



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

LAPORAN MAGANG

PERAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP *BRAND AWARENESS* PRODUK PT PERKASA INTERNUSA MANDIRI



Nama : Mery Erlene Repi

NIM : 11130110016

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2014

PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG
PERAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP *BRAND AWARENESS*
PRODUK PT PERKASA INTERNUSA MANDIRI



IR. Sasotya Pratama, M.T.E

Anna Riana Putriya, S.E., M.Si.



Anna Riana Putriya, S.E., M.Si.

Surat Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat Dalam Penyusunan Laporan Kerja Magang

Dengan ini saya:

Nama : Mery Erlene Repi

NIM : 11130110016

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktik kerja magang:

Nama Perusahaan : PT. Perkasa Internusa Mandiri (PIM)

Divisi : Marketing Communication

Alamat : Jln. Raden Saleh Raya Bumi Permata Indah Blok
R No. 39. Karang Tengah, Tangerang 15157.

Periode Magang : 1 Juli 2014 - 30 September 2014

Pembimbing Lapangan : Ranu Andaru Bakti

Laporan kerja magang merupakan hasil karya saya sendiri dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan kerja magang ini telah saya sebutkan sumber kutipan serta saya cantumkan di Daftar Pustaka.

Jika pada kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan / penyimpangan baik dalam pelaksanaan kerja magang maupun dalam penulisan laporan kerja magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus mata kuliah kerja magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 16 September 2014

Mery Erlene Repi

ABSTRAKSI

PT Perkasa Internusa Mandiri (PIM) adalah perusahaan yang bergerak dibidang *property* dan *hospitality*. PT PIM mengusung tema *building in harmony- building for life* untuk memasarkan produk-produknya. PT PIM menyadari pentingnya peran pemasaran dalam meningkatkan penjualan dan *awareness* sebuah brand. Maka dari itu PT PIM sedang mengembangkan *marketing tools* yang terdiri dari slide presentasi, brosur, dan banner dan berusaha memanfaatkan media *digital marketing* yang sedang berkembang sekarang ini.

Penulis yang merupakan mahasiswa magang, bekerja di bagian divisi komunikasi pemasaran yang dilaksanakan selama 60 hari kerja. Pekerjaan utama dari divisi pemasaran adalah membuat promosi dan komunikasi di *social media*, *website* dan *mobile ads*; memonitoring segala aktivitas di *social media*, *web* dan *mobile ads*; dan melakukan *promo event marketing communication*.

Melalui kerja magang di PT PIM, penulis mendapat pembelajaran, pengalaman dan menambah wawasan mengenai peran divisi komunikasi pemasaran. Semua hal ini dapat membantu penulis dalam mempersiapkan diri untuk terjun ke dunia kerja yang nyata di masa yang akan datang.

U M N

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan kerja magang dengan judul “ Peran *Digital Marketing* terhadap *Brand Awareness* Produk PT Perkasa Internusa Mandiri “. Pelaksanaan kerja magang dan penyusunan laporan ini dilakukan sebagai salah satu syarat kelulusan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.

Selama proses kerja magang yang dilakukan, mahasiswa magang dituntut untuk mengasah kemampuan dan bekal ilmu yang dimiliki selama masa perkuliahan sampai dengan masa magang, serta mendapatkan pengalaman kerja yang mendukung jurusan yang ditempuh. Mahasiswa juga diharapkan dapat mempelajari bagaimana keadaan yang sebenarnya dalam dunia kerja, dan tidak hanya mempelajari teorinya saja.

Penulis menyadari bahwa pembuatan proposal ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak yang sudah mendukung penulis. Maka dari itu, penulis melalui kesempatan ini ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Ranu Andaru Bakti selaku Manajer Komunikasi Pemasaran PT Perkasa Internusa Mandiri yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan program kerja magang dan membimbing secara langsung penulis selama tiga bulan.
2. Rekan-rekan staff Divisi Komunikasi Pemasaran Ibu Depy, Ibu Modhia dan Pak Ari, Pak Agoes, dan Pak Karyanto dan *staff* divisi lain yang membantu penulis dalam menjalankan tugas-tugas selama program kerja magang.
3. Bapak IR. Sasotya Pratama, M.T.E selaku dosen pembimbing magang yang telah banyak memberikan saran, dukungan dan bimbingan dengan sabar dalam proses penyusunan laporan kerja magang.
4. Ibu Anna Riana Putriya, S.E., M.Si. selaku penguji dan Kepala Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan dukungan dalam pembuatan laporan kerja magang ini.

5. Orang tua yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan doa, sehingga penulis dapat menyelesaikan pelaksanaan kerja magang dan penyusunan laporan kerja magang dengan baik.

Akhir kata, penulis ingin meminta maaf jika selama kerja magang dan penyusunan laporan kerja magang penulis melakukan kesalahan yang disengaja maupun tidak disengaja, juga disadari bahwa laporan kerja magang ini belumlah sempurna, oleh karena itu penulis menerima segala kritik dan saran yang diberikan. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Tangerang, 16 September 2014

Penulis

UMMN

DAFTAR ISI

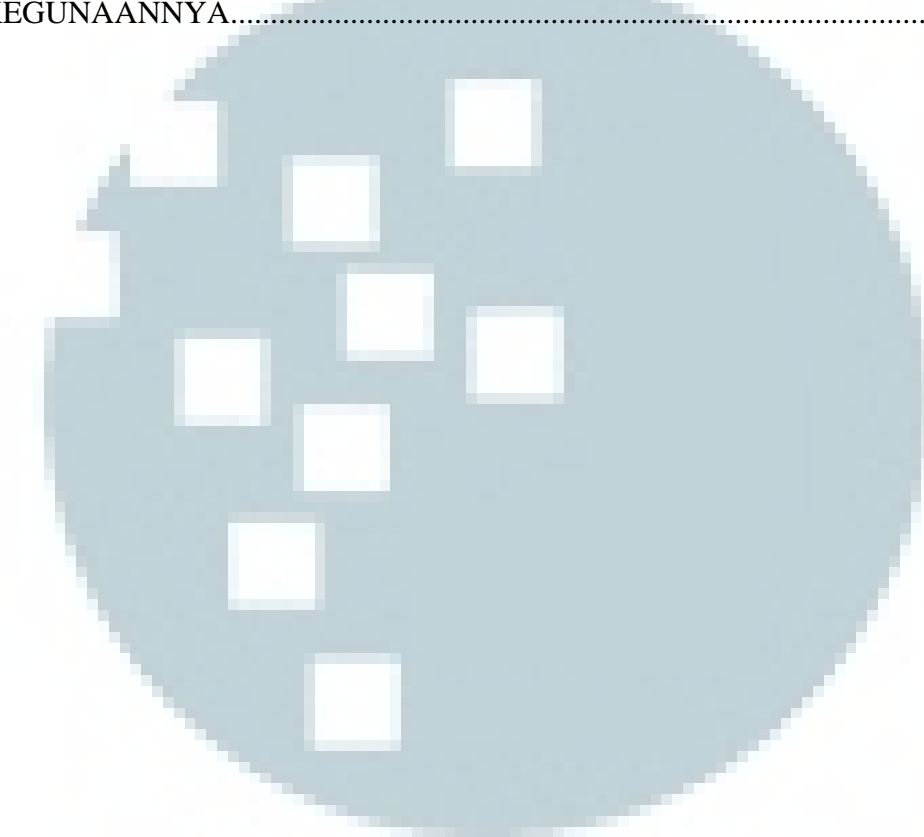
PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG	ii
Surat Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat Dalam Penyusunan Laporan Kerja Magang	iii
ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	11
1.1 Latar Belakang.....	11
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	13
1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang.....	14
1.3.1 Waktu Kerja Magang.....	14
1.3.2 Prosedur Kerja Magang	14
1.4 Sistematika Penulisan Laporan Magang.....	14
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	16
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	16
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	17
2.3 Tinjauan Pustaka.....	18
2.3.1 Teori Manajemen Pemasaran	18
2.3.2 Proses Pemasaran	19
2.3.3 Manajemen <i>Brand</i> / Merek.....	21
2.3.4 <i>E-Marketing</i>	23
2.3.5 <i>Digital Marketing</i>	24
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	26s
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	26
3.2 Tugas yang Dilakukan	26
3.2 Uraian Pelaksanaan Magang.....	26
3.2.1 Proses Pelaksanaan	26

3.3.2	Kendala Yang Ditemukan	33
3.3.3	Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan	34
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....		36
4.1	Kesimpulan	36
4.2	Saran	38
4.2.1	Saran untuk PT PIM	38
4.2.2	Saran untuk UMN.....	39
4.2.3	Saran untuk mahasiswa yang akan melakukan magang	39
Lampiran.....		41
DAFTAR PUSTAKA.....		47



DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 TUJUAN PENGGUNAAN INTERNET BERDASARKAN KEGUNAANNYA.....	13
--	----



UMMN

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 PENGGUNA INTERNET BERDASARKAN JENIS KELAMIN	11
GAMBAR 2.1 STRUKTUR ORGANISASI PT PIM	17
GAMBAR 3.1 AKTIVITAS & PROGRAM FACEBOOK DENGAN TEMA IDUL FITRI.....	29
GAMBAR 3.2 PROGRAM <i>INCENTIVES 'PHOTO CONTEST'</i> DENGAN TEMA IDUL FITRI	30
GAMBAR 3.3 PROGRAM <i>INCENTIVES</i> DENGAN TEMA KEMERDEKAAN	31
GAMBAR 3.4 CONTOH <i>LOCATED BASED AREA (LBA)</i>	31

UMMN