

**LAPORAN KERJA MAGANG**

**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA *BRAND*  
*AWARENESS* DAN *MARKETING COMMUNICATION* PADA  
IMCONSULTING**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**Nama** : Sweeta Tsania  
**NIM** : 00000032906  
**Fakultas** : Bisnis  
**Program Studi** : Manajemen

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN KERJA MAGANG**  
**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA *BRAND***  
***AWARENESS* DAN *MARKETING COMMUNICATION* PADA**  
**IMCONSULTING**

Oleh :

Nama : Sweeta Tsania

Nim : 00000032906

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Tangerang Selatan, 16 Desember 2021

**Pembimbing**



**Helena Dewi, S.E., M.S.M.**

Mengetahui,



**Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., MM., CSCP.**

**Ketua Program Studi Manajemen**

Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana *Brand Awareness* dan *Marketing Communication* pada IMConsulting, Sweeta Tsania, Universitas Multimedia Nusantara

**LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG**  
**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA *BRAND***  
***AWARENESS* DAN *MARKETING COMMUNICATION* PADA**  
**IMCONSULTING**

Oleh :

Nama : Sweeta Tsania  
Nim : 00000032906  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Tangerang Selatan, 16 Desember 2021

Pembimbing

Penguji



Helena Dewi, S.E., M.S.M.



Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc.

Mengetahui,



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., MM., CSCP.

Ketua Program Studi Manajemen

Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana *Brand Awareness* dan *Marketing Communication* pada IMConsulting, Sweeta Tsania, Universitas Multimedia Nusantara

**LEMBAR PERTANYAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT DALAM  
MENYUSUN LAPORAN KERJA MAGANG**

Dengan ini saya :

Nama : Sweeta Tsania  
NIM : 00000032906  
Fakultas : Bisnis  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa saya telah melakukan praktik kerja magang :

Nama Perusahaan : IMConsulting'  
Divisi : Marketing Communication  
Alamat : Jl.Letnan Sutopo, BSD City,  
Kec, Serpong,Kota Tangerang Selatan,Banten 15310  
Periode Magang : 1 Juli – 30 September 2021  
Pembimbing Lapangan : Iskandar Setionegoro, Psi

Laporan praktik kerja magang merupakan hasil karya saya sendiri dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah dari orang lain atau dari Lembaga lain yang ada dalam laporan magang ini telah saya sebutkan sumber kutipannya serta saya cantumkan di Daftar Pustaka. Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan / penyimpangan baik dalam pelaksanaan praktik kerja magang maupun dalam penulisan laporan kerja magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah kerja magang yang telah saya tempuh

Tangerang Selatan, 16 Desember 2021



Sweeta Tsania

Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana *Brand Awareness* dan *Marketing Communication* pada IMConsulting, Sweeta Tsania, Universitas Multimedia Nusantara

## ABSTRAK

IMConsulting adalah sebuah perusahaan jasa konsultasi dan pelatihan yang berlokasi di BSD City, Tangerang Selatan tepatnya di Ruko Paris Square nomor B2/36, Jl. Letnan Sutopo Kecamatan Serpong Banten, 15310. IMConsulting bergerak dalam bidang pengembangan organisasi dan manajemen sumber daya manusia. Perusahaan ini didirikan oleh bapak Iskandar Setionegoro, Psi yang menjabat sebagai *Principal Consultant* di perusahaan IMConsulting. IMConsulting adalah mitra terbaik untuk para *client* dan telah menangani berbagai proyek di bidang Pelatihan, Konsultasi, dan Pusat Penilaian (Evaluasi). Hingga sekarang IMConsulting bermitra dengan lebih dari 28 perusahaan dan beberapa diantaranya adalah perusahaan – perusahaan besar seperti Total Bangun Persada, Sinarmas *Multifinance*, dan Astra *International*. IMConsulting adalah perusahaan yang mempunyai tujuan yaitu untuk menggabungkan kepuasan karyawan dengan produktivitas karyawan di tempat kerja dengan menciptakan lingkungan kerja yang menantang namun mendukung. Mereka percaya pada pembelajaran berkelanjutan, yang didukung oleh semangat untuk bekerja dan meningkatkan diri, daripada pembelajaran yang serba cepat.. IMConsulting berusaha untuk merancang dan mengembangkan berbagai model solusi, evaluasi, dan program berdasarkan kebutuhan dan karakteristik pelanggan mereka. IMConsulting adalah perusahaan sukacita yang berkomitmen untuk memberikan hasil dalam segala hal yang mereka lakukan. Penulis melaksanakan kerja magang di bidang *Marketing Communication* yang berpusat pada media sosial. Penulis bertugas untuk menganalisa *target market*, kompetitor, analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*), menetapkan strategi promosi, dan menyusun konten promosi untuk *Learning Cafe*

Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana *Brand Awareness* dan *Marketing Communication* pada IMConsulting, Sweeta Tsania, Universitas Multimedia Nusantara

Dalam pengembangan perusahaan IMConsulting, *Marketing Communication* dibutuhkan untuk meningkatkan *Brand Awareness* terhadap perusahaan dan melanjutkan program *Learning Café* yang terhenti. *Learning Café* merupakan suatu program pelatihan gratis sebagai salah satu sarana untuk meningkatkan *Brand Awareness* dan mendapatkan pelanggan baru.

Kata Kunci : *Marketing Communication, Brand Awareness, Learning Café*

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana *Brand Awareness* dan *Marketing Communication* pada IMConsulting, Sweeta Tsania, Universitas Multimedia Nusantara

## ABSTRACT

IMConsulting is a consulting and training service company located in BSD City, South Tangerang, precisely at Ruko Paris Square number B2/36, Jl. Lieutenant Sutopo, Serpong District, Banten, 15310. IMConsulting is engaged in organizational development and human resource management. This company was founded by Mr. Iskandar Setionegoro who served as Principal Consultant at IMConsulting company. IMConsulting is the best partner for clients and has handled various projects in the areas of *Training, Consulting and Center for Assessment (Evaluation)*. Until IMConsulting partnered with more than 28 companies and some of them are big companies. IMConsulting is a company whose goal is to combine employee satisfaction with employee productivity in the workplace by creating a challenging yet supportive work environment. They believe in continuous learning, supported by a passion for work and self-improvement, rather than fast-paced learning. IMConsulting strives to design and develop various solution models, evaluations and programs based on the needs and characteristics of their customers. IMConsulting is a joy company committed to delivering results in everything they do. The author carries out an internship in the field of *Marketing Communication* centered on *social media*. The author is in charge of analyzing the Target Market, Competitors, SWOT Analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Threat), Establishing Promotional Strategies, and Composing Promotional Content for Learning Cafe

In the development of the IMConsulting company, Marketing Communication is needed to increase *Brand Awareness* of the company and to implement the *Learning Café program* which has been stopped for a long time. Learning Café is a free training program as a means to increase brand awareness and get new customers.

Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana *Brand Awareness* dan *Marketing Communication* pada IMConsulting, Sweeta Tsania, Universitas Multimedia Nusantara

Keywords : *Marketing Communication, Brand Awareness, Learning Café*



UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana *Brand Awareness* dan *Marketing Communication* pada IMConsulting, Sweeta Tsania, Universitas Multimedia Nusantara



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN KERJA MAGANG.....	i
LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	iii
ABSTRAKSI.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Praktik Kerja Magang.....	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Praktik Kerja Magang.....	4
1.3.1 Waktu Kerja Magang.....	4
1.3.2 Prosedur Kerja Magang.....	4
1.4 Sistematika Penulisan Laporan Kerja Magang.....	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	7
2.1 Profil Perusahaan.....	7
2.1.1 Sejarah Perusahaan IMConsulting.....	7
2.1.2 Program Pelatihan IMConsulting.....	8
2.1.3 Pencapaian Kemitraan Perusahaan IMConsulting.....	12
2.1.4 Visi Perusahaan IMConsulting.....	12
2.1.5 Misi Perusahaan IMConsulting.....	13
2.1.6 Value Perusahaan IMConsulting.....	13
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan IMConsulting.....	13
2.3 Tinjauan Pustaka.....	15
2.3.1 Management (Manajemen).....	15
2.3.2 Marketing (Pemasaran).....	16
2.3.3 Marketing Communication.....	16
2.3.4 Brand Awareness (Kesadaran Merek).....	17

Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana *Brand Awareness* dan *Marketing Communication* pada IMConsulting, Sweeta Tsania, Universitas Multimedia Nusantara

2.3.5 Customer Relationship Management.....	18
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	19
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	19
3.1.1 Kedudukan.....	19
3.1.2 Koordinasi.....	20
3.2 Tugas Yang Dilakukan.....	21
3.3 Uraian Pelaksanaan Program Kerja Magang.....	27
3.4 Kendala Yang Ditemukan Selama Kerja Magang.....	44
3.5 Solusi dari Kendala yang Ditemukan Selama Kerja Magang .....	46
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	49
4.1 Kesimpulan.....	49
4.2 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN.....	54

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Perusahaan IMConsulting .....	7
Gambar 2.2 <i>Client</i> Perusahaan IMConsulting .....	12
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan IMConsulting .....	14
Gambar 3.1 Koordinasi Kerja Magang Pada Perusahaan IMConsulting .....	20
Gambar 3.2 <i>Draft</i> Konten Instagram IMConsulting .....	27
Gambar 3.3 <i>Activity Plan</i> untuk Program <i>IMC Learning Café</i> .....	29
Gambar 3.4 <i>Riset</i> Tentang perusahaan IMConsulting .....	31
Gambar 3.5 <i>Approach</i> Mengenai <i>Detail</i> Perusahaan IMConsulting .....	33
Gambar 3.6 Sebagian Data <i>Detail Client</i> Perusahaan IMConsulting .....	34
Gambar 3.7 Data <i>Detail</i> Kompetitor Perusahaan IMConsulting .....	36
Gambar 3.8 <i>Approach</i> detail Kompetitor Perusahaan IMConsulting .....	37
Gambar 3.9 Analisa SWOT Perusahaan IMConsulting .....	38
Gambar 3.10 Analisa <i>Business Model Canvas</i> Perusahaan IMConsulting...	39
Gambar 3.11 <i>Target Market</i> dan Strategi Promosi Perusahaan.....	41
Gambar 3.12 Konten Instagram Perusahaan IMConsulting .....	42
Gambar 3.13 <i>Approach</i> Konten Instagram Perusahaan IMConsulting .....	43

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tugas Yang Dilakukan Oleh Penulis.....	21
--	----

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana *Brand Awareness* dan *Marketing Communication* pada IMConsulting, Sweeta Tsania, Universitas Multimedia Nusantara

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Magang yang berjudul “ Penggunaan media sosial sebagai sarana *Brand Awareness* dan *Marketing Communication* pada IMConsulting” dapat diselesaikan dengan baik dan dengan tepat waktu. Laporan Kerja Magang disusun berdasarkan pengalaman bekerja penulis dalam perusahaan IMConsulting selama *Tiga Bulan* yang dimulai pada tanggal 1 Juli 2021 hingga 30 September 2021 sebagai *Marketing Communication* untuk menyelesaikan mata kuliah *Internship* (Magang). Tujuan pembuatan Laporan Kerja Magang dan pelaksanaan Magang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Manajemen Bisnis di Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis menyadari bahwa Laporan Kerja Magang ini tidak dapat diselesaikan dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak dalam memberikan dukungan dan masukan. Maka dari itu, Penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada beberapa pihak yang terlibat yaitu kepada :

1. Kepada Ibu, Ayah, Kakak Lelaki dan Kakak Ipar penulis yang telah mendukung dan memberikan semangat dalam bentuk doa maupun moril sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Magang dengan tepat waktu.
2. Bapak Iskandar Setionegoro, Psi sebagai Principal Consultant serta selaku pembimbing dalam memberikan pengarahan serta pengalaman yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan kerja Magang selama Tiga Bulan

Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana *Brand Awareness* dan *Marketing Communication* pada IMConsulting, Sweeta Tsania, Universitas Multimedia Nusantara

selama bekerja magang di perusahaan IMConsulting.

3. Ibu Helena Dewi, S.E., M.S.M. sebagai dosen pembimbing magang yang mendampingi penulis mulai dari penyusunan hingga penyelesaian Laporan Kerja Magang
4. Bapak Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP., sebagai Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara yang telah berkenan untuk menyetujui Laporan Kerja Magang penulis.
5. Seluruh karyawan dan rekan - rekan magang yang telah memberikan dukungan dan membantu selama penulis melaksanakan kerja magang di perusahaan IMConsulting.
6. Teman dan Sahabat yang selalu mendukung dan mendoakan penulis dalam kelancaran penyusunan dan pelaksanaan Laporan Kerja Magang

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak yang namanya disebutkan dan yang tidak disebutkan atas keterlibatannya dalam pembuatan Laporan Kerja Magang. Penulis menyadari bahwa Laporan Kerja Magang ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf jika pada Laporan Kerja Magang ini ditemukan kesalahan baik dalam penyusunan maupun pelafalan. Penulis bersedia mendapatkan Kritik dan Saran yang membangun agar nantinya dapat memberikan karya yang lebih baik di masa yang akan datang. Penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca

Tangerang Selatan, 21 November 2021.



Sweeta

Sweeta Tsania

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana *Brand Awareness* dan *Marketing Communication* pada IMConsulting, Sweeta Tsania, Universitas Multimedia Nusantara