

**PERAN *BRAND STRATEGY* DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*  
PT.GLOBAL DIGITAL NIAGA (BLIBLI.COM)**



Laporan Kerja Magang

**Yosea Immanuel Hartanto**

**00000041528**

**PROGRAM STUDI MANAGEMENT**

**FALKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2022**

**PERAN *BRAND STRATEGY* DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*  
PT.GLOBAL DIGITAL NIAGA (BLIBLI.COM)**



Laporan Kerja Magang

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

**Yosea Immanuel Hartanto**

**00000041528**

**PROGRAM STUDI MANAGEMENT  
FALKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2022**

2

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Yosea Immanuel Hartanto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000041528

Program studi : Manajemen

Laporan Magang dengan judul:

**PERAN *BRAND STRATEGY* DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PT.GLOBAL DIGITAL NIAGA (BLIBLI.COM)** merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 6 Juli, 2022



(Yosea Immanuel Hartanto)

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN

Internship Report dengan judul

"PERAN BRAND STRATEGY DALAM UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS  
PT.GLOBAL DIGITAL NIAGA (Blibli.com)"

oleh

Yosea Immanuel Hartanto

telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian MBKM Internship Track 1 Internship Report  
Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 28 Juni 2022

Menyetujui,

**Dosen Pembimbing**

**Ketua Program Studi**

TTD



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

TTD



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

UMN



## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

**PERAN *BRAND STRATEGY* DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PT.GLOBAL DIGITAL NIAGA (BLIBLI.COM)**

Oleh

Nama : Yosea Immanuel Hartanto  
NIM : 00000041528  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 6 Juli 2022  
Pukul 11.00 s.d 12.00 dan dinyatakan  
**LULUS**  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP  
\_NIDN 0312087404

Penguji



Boby Arinto, S.E., M.M.  
NIDN 0323057005

Pembimbing



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP  
NIDN 0312087404

Ketua Program Studi Manajemen



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

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur yang dipanjatkan oleh penulis kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerah-Nya, sehingga penulis mampu melaksanakan kerja magang, serta menyusunan menyelesaikan laporan kerja magang dengan baik. Laporan kerja magang berjudul “Peran *Brand Strategy* Dalam Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* PT. Global Digital Niaga (Blibli.com)” telah diselesaikan oleh penulis secara tepat waktu dan maksimal. Laporan kerja magang ini, disusun sesuai dengan pengalaman penulis selama melaksanakan kerja magang di PT. Global Digital Niaga (Blibli.com) sebagai divisi Marketing dengan periode waktu dari Juli hingga Oktober 2021. Penulis merasa bersyukur atas kesempatan yang telah diberikan kepada penulis untuk dapat melaksanakan kerja magang di PT. Global Digital Niaga (Blibli.com), serta mampu menyelesaikan penyusunan laporan kerja magang dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, penulis ini menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.sos., M.B.A selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP. selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.dan sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
4. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Ibu Riani Lie sebagai Brand Manajer PT.Global Digital Niaga (Blibli.com) Peran *Brand Strategy* Dalam Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* PT. Global Digital Niaga (Blibli.com), Yosea Immanuel Hartanto, Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan kesempatan dan bimbingan kepada penulis dalam

melaksanakan kerja magang di PT. Global Digital Niaga (Blibli.com) sebagai divisi Marketing.

6. Ibu Jessica Lim sebagai Brand Associate Lead dari Blibli.com yang telah memberikan dukungan dan arahan kepada penulis dalam melaksanakan kerja magang di PT. Global Digital Niaga (Blibli.com) sebagai divisi Brand Strategy.

7. Seluruh rekan magang divisi Marketing dari Blibli.com yang telah bekerjasama dan memberikan dukungan kepada penulis selama melaksanakan kerja magang di PT. Global Digital Niaga (Blibli.com)

8. Teman-teman seperjuangan dari penulis yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan laporan kerja magang. Di akhir kata, Penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membimbing dan memberikan penulis semangat dalam menyelesaikan kerja magang dan penyusunan laporan kerja magang. Penulis juga ingin menyampaikan bahwa laporan kerja magang ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka untuk menerima kritik dan saran yang dapat membangun dan memotivasi penulis untuk memperbaiki laporan kerja magang ini menjadi lebih baik. Penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat positif kepada para pembaca.

Tangerang, 24 Juni 2022



(Yosea Immanuel H)

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# **PERAN *BRAND STRATEGY* DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PT.GLOBAL DIGITAL NIAGA (BLIBLI.COM)**

(Yosea Immanuel H )

## **ABSTRAK**

Blibli.com didirikan oleh PT. Global Digital Commerce ( Blibli.com) pada tanggal 25 Juli 2011. Sebagai toko online yang didirikan dan dikelola oleh Indonesia, nama Blibli terinspirasi dari kata “beli” yang mewakili aktivitas belanja yang merupakan mata rantai utama dalam aktivitas toko online.

PT. Global Digital Prima (GDP) milik Martin Hartono – putra pemilik Djarum Group, Budi Hartono. PT. Global Digital Prima (GDP) merupakan bagian dari produsen rokok terbesar di Indonesia, Djarum Group, yang juga merupakan pemegang saham di beberapa bisnis online terkemuka, seperti situs e-commerce Kaskus. Bliblimart adalah salah satu kategori yang dimiliki oleh Blibli.com. Bliblimart dikonsepsi sebagai supermarket. Di dalam Bliblimart, ada beberapa kategori yang bisa dipilih, seperti menu restoran, makanan, minuman, perawatan kulit tubuh, kebutuhan ibu & anak, masakan internasional, perawatan rumah tangga, dan produk 21+.

Penulis melaksanakan kerja magang di PT. Global Digital Niaga (Blibli.com). Penulis melaksanakan kerja magang sebagai Brand Strategy Team yang bertanggung jawab dalam melakukan promosi kepada pasar atau konsumen, menyusun rancangan program pemasaran untuk menarik minat konsumen, dan memberikan prospek untuk kegiatan pemasaran, kolaborasi konten, serta ide konten kreatif, seperti membuat kurasi produk, KOL, Instagram post dan sebagainya.

**Kata kunci:** Strategi Bisnis, Platform Digital, E-Commerce, Kesadaran Merek

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# **THE ROLE OF BRAND STRATEGY IN EFFORTS TO INCREASE BRAND AWARENESS PT. GLOBAL DIGITAL NIAGA (BLIBLI.COM)**

(Yosea Immanuel H)

## **ABSTRACT**

*Blibli.com was founded by PT. Global Digital Commerce ( Blibli.com) on July 25, 2011. As an online store founded and managed by Indonesia, the name Blibli is inspired by the word “buy” which represents shopping activities which are the main link in online store activities.*

*PT. Global Digital Prima (GDP) is owned by Martin Hartono – the son of Djarum Group owner, Budi Hartono. PT. Global Digital Prima (GDP) is part of the largest cigarette producer in Indonesia, the Djarum Group, which is also a shareholder in several leading online businesses, such as the e-commerce site Kaskus. Bliblimart is one of the categories owned by Blibli.com.*

*Bliblimart is conceptualized as a supermarket. Inside Bliblimart, there are several categories to choose from, such as restaurant menus, food, beverages, body skin care, mother & child needs, international cuisine, household care, and 21+ products.*

*The author carries out an internship at PT. Global Digital Commerce (Blibli.com). The author carries out an internship as a Brand Strategy Team who is responsible for promoting to the market or consumers, compiling a marketing program design to attract consumer interest, and providing prospects for marketing activities, content collaboration, and creative content ideas, such as creating product curation, KOL, Instagram posts and so on.*

**Keywords:** *Business Strategy, Digital Platform, E-Commerce, Brand Awareness.*

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	3
KATA PENGANTAR.....	4
ABSTRAK.....	6
ABSTRACT.....	7
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR TABEL .....	9
DAFTAR GAMBAR.....	9
DAFTAR LAMPIRAN .....	11
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Magang .....	3
1.2.1 Maksud Kerja Magang .....	3
1.3 Waktu Kerja Magang .....	4
1.4 Sistematika Penulisan .....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Profil Perusahaan .....	8
2.1.1 Sejarah Singkat PT Global Niaga (Blibli.com) .....	8
2.1.2 Visi Misi .....	10
2.1.3 Value Perusahaan .....	10
2.2 Struktur Organisasi .....	13
2.3 Landasan Teori .....	15
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	24
3.1 Kedudukan & Koordinasi .....	24
3.2 Tugas yang dilakukan .....	25
3.3 Uraian Kegiatan Magang .....	26
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	76
4.1 Kesimpulan .....	76
4.2 Saran .....	77
DAFTAR PUSTAKA .....	79
LAMPIRAN .....	81

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Data Perusahaan	1
---------------------------------	---

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	3
Gambar 2	3
Gambar 3	13
Gambar 4	15
Gambar 5	24
Gambar 6	26
Gambar 7	27
Gambar 8	28
Gambar 9	29
Gambar 10	30
Gambar 11	31
Gambar 12	32
Gambar 13	33
Gambar 14	34
Gambar 15	35
Gambar 16	36
Gambar 17	37
Gambar 18	38
Gambar 19	39
Gambar 20	40
Gambar 21	41
Gambar 22	42
Gambar 23	43

Gambar 24	44
Gambar 25	45
Gambar 26	46
Gambar 27	48
Gambar 28	49
Gambar 29	29
Gambar 30	50
Gambar 31	51
Gambar 32	52
Gambar 33	53
Gambar 34	54
Gambar 35	55
Gambar 36	56
Gambar 37	57
Gambar 38	58
Gambar 39	59
Gambar 40	61
Gambar 41	62
Gambar 42	64
Gambar 43	66
Gambar 44	68
Gambar 45	69
Gambar 46	70
Gambar 47	72
Gambar 48	73
Gambar 49	74

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lembar MBKM 1
- Lembar MBKM 2
- Lembar MBKM 3
- Lembar MBKM 4
- Surat Keterangan Kerja
- Surat Pelaksanaan Kerja
- Absensi
- Curriculum Vitae
- Bukti Zoom saat bekerja
- Bukti foto saat bekerja
- Bukti saat koordinas dengan tim
- Turnitin

