

**PERAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA PT. MAJU  
GEMILANG MANDIRI (B RESIDENCE)**



**Gregorius Steven Fanani**

**0000055115**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**PERAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA PT. MAJU  
GEMILANG MANDIRI (B RESIDENCE)**



**LAPORAN MBKM**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen**

**Gregorius Steven Fanani  
00000055115  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Gregorius Steven Fanani

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055115

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN  
BRAND AWARENESS PADA PT. MAJU GEMILANG MANDIRI (B  
RESIDENCE)

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 maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 5 Juni 2024



Gregorius Steven Fanani

HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN MAGANG

**PERAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA PT. MAJU  
GEMILANG MANDIRI (B RESIDENCE)**

Oleh  
Nama : Gregorius Steven Fanani  
NIM : 00000055115  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara  
Tangerang, 17 Mei 2024

Pembimbing

  
Kanon Mommsen wongkar, S.H.,

M.H.

NIDN: 0323057005

Ketua Program Studi Manajemen

  
Purnamaningsih, S.E., M.SM., C.B.O  
NIDN: 0301078204

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul  
PERAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN  
BRAND AWARENESS PADA PT. MAJU GEMILANG MANDIRI (B  
RESIDENCE)

Oleh  
Nama : Gregorius Steven Fanani  
NIM : 00000055115  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 5 Juni 2024  
Pukul 15.00 s/d 14.00 dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji



Kanon Mommsen wongkar, S.H.,  
M.H.  
NIDN: 0301078204



Dr. Amanda Setiorini, S.Psi.,  
M.M., CIQar  
NIDN: 0305027607

Ketua Program Studi Manejemen



Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M.,  
NIDN: 0323047801

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Gregorius Steven Fanani

NIM : 00000055115

Program Studi : Bisnis

Fakultas : Manajemen

JenisKarya : Laporan MBKM

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PERAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN  
BRAND AWARENESS PADA PT. MAJU GEMILANG MANDIRI (B  
RESIDENCE)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 17 Mei 2024

Yang menyatakan,



Gregorius Steven Fanani

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas semua rahmat yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan MBKM ini dengan judul: “ PERAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA PT. MAJU GEMILANG MANDIRI (B RESIDENCE)” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen Pada Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., MBA.,, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Kanon Mommsen wongkar, S.H., M.H. sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Bapak Anton, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT. MAJU GEMILANG MANDIRI yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melaksanakan praktik kerja magang.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..

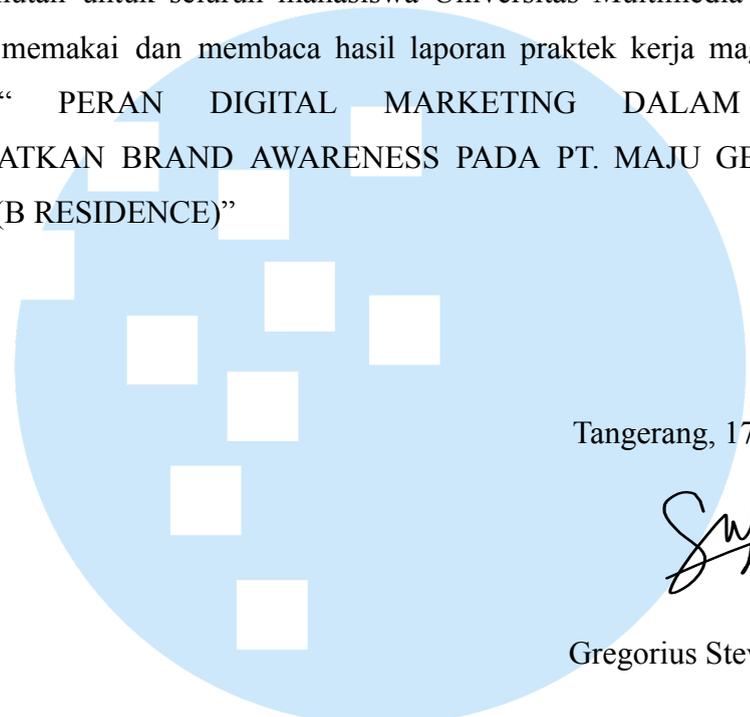
8. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu menyertai saya dalam proses magang hingga terbitnya laporan magang ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat menunjukkan setiap langkah saya dan pembelajaran yang saya dapati. Saya juga berharap bahwa karya ilmiah ini dapat menjadi panutan untuk seluruh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang telah memakai dan membaca hasil laporan praktek kerja magang yang berjudul “ PERAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA PT. MAJU GEMILANG MANDIRI (B RESIDENCE)”

Tangerang, 17 Mei 2024



Gregorius Steven Fanani



UMN

**PERAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA PT. MAJU  
ILANG MANDIRI (B RESIDENCE)**

Gregorius Steven Fanani

**ABSTRAK**

PT. Maju Gemilang Mandiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang properti. Lini bisnis utama dari PT. Maju Gemilang Mandiri merupakan sebuah apartemen di kawasan BSD yang bernama B Residence. Fokus utama dari B Residence sendiri adalah menjadi tempat tinggal untuk para mahasiswa ataupun pasangan baru menikah untuk memiliki tempat tinggal. B Residence juga bisa menjadi opsi investasi karena berdiri di kawasan dan lokasi yang strategis, salah satu keunggulan dari apartemen B Residence ini adalah para penghuni dapat mencapai fasilitas lain seperti AEON Mall dan ICE BSD hanya dengan berjalan kaki saja. Saat ini, B Residence masih diakses melalui situs website dan beberapa aplikasi sosial media. Selain itu dalam segi Digital Marketing, B Residence berusaha untuk meningkatkan brand awareness melalui platform social media.

**.Kata kunci:** Digital marketing, Social Media, Brand Awareness.

# **THE ROLE OF HUMAN CAPITAL IN SUPPORTING THE SUCCESS OF THE CHAROEN POKPHAND INDONESIA**

Gregorius Steven Fanani

## **ABSTRACT (English)**

*PT. Maju Gemilang Mandiri is a company operating in the property sector. The main business line of PT. Maju Gemilang Mandiri is an apartment in the BSD area called B Residence. The main focus of B Residence itself is to be a place for students or newly married couples to have a place to live. B Residence can also be an investment option because it stands in a strategic area and location. One of the advantages of the B Residence apartment is that residents can reach other facilities such as AEON Mall and ICE BSD just by walking. Currently, B Residence is still accessed via the website and several social media applications. Apart from that, in terms of Digital Marketing, B Residence tries to increase brand awareness through social media platforms.*

**Keywords:** *Digital marketing, Social Media, Brand Awareness.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN MAGANG</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT (English)</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Pokok Permasalahan	5
1.3. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	5
1.3.1 Maksud Dilaksanakannya Kerja Magang Praktik	5
1.3.2 Tujuan Dilaksanakannya Kerja Magang	6
1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.4.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.4.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	8
1.5 Sistematika Penulisan Laporan Magang	9
<b>BAB II</b>	
<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	<b>11</b>
2.1 Profile PT. Maju Gemilang Mandiri	11
2.1. Sejarah singkat PT. Maju Gemilang Mandiri	11
2.1.1 Lokasi Perusahaan	12
2.1.2 Visi Misi Perusahaan	12
2.2 Produk Perusahaan	13
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	14
2.4 Landasan Teori	16
1.4.1	16
2.4.1 Manajemen	16

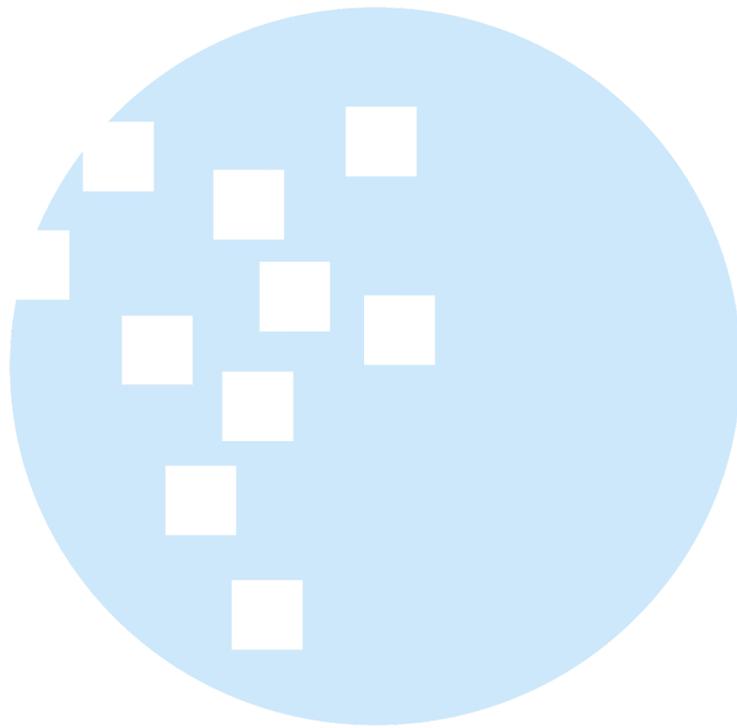
2.4.2 Proses Manajemen	17
2.4.3 Marketing	19
2.4.4 <i>Digital Marketing</i>	19
2.4.5 <i>Social Media</i>	21
2.4.6 <i>Brand Awareness</i>	22
<b>BAB III</b>	
<b>PELAKSANAAN KERJA MAGANG</b>	<b>23</b>
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	24
3.1.1 Kedudukan	24
3.1.2 Koordinasi	25
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	26
3.2.1 Tugas Kerja Magang	26
3.2.2 Uraian Kerja Magang	28
3.3 Kendala yang Ditemukan	50
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	52
3.5 Peran Social Media dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	54
<b>BAB IV</b>	
<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>56</b>
4.1 Simpulan	56
4.2 Saran	58
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>63</b>

UMMN

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas yang dilakukan penulis selama praktik kerja magang

27



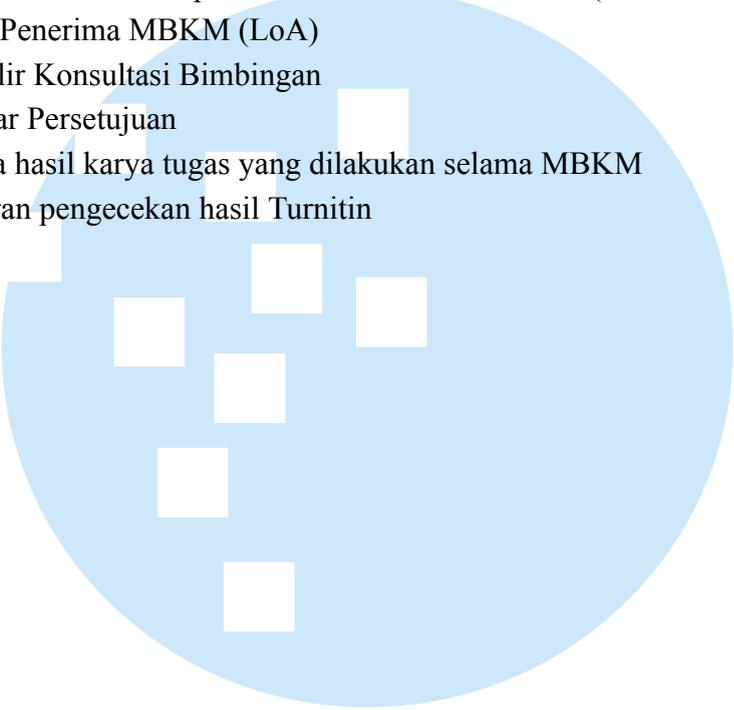
# UMMN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Maju Gemilang Mandiri	11
Gambar 2.2 Apartemen B Residence	12
Gambar 2.10 Struktur Organisasi Perusahaan	15
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	15
Gambar 3.1 Struktur Praktik Kerja Magang	26
Gambar 3.2 Marketing Plan Social Media Di Google Sheets	32
Gambar 3.3 Pembuatan Konten Dengan Menggunakan Canva	34
Gambar 3.4 Menjadwalkan Postingan Feed dan Instastory dengan Planoly	36
Gambar 3.5 Postingan Instastory Instagram Bresidence	38
Gambar 3.6 Copywriting Pendek Di Photo Feed Instagram	40
Gambar 3.7 Photo Feed Bresidence	41
Gambar 3.8 Mencari dan Mengelola KOL	42
Gambar 3.9 Hasil Dokumentasi Foto Penulis ( Ruang Tamu )	44
Gambar 3.10 Hasil Dokumentasi Foto Penulis ( <i>Kitchen Set</i> )	45
Gambar 3.11 Hasil Dokumentasi Foto Penulis (Kamar Tidur Tipe <i>I Bed Room</i> )	46
Gambar 3.12 Hasil Dokumentasi Foto Penulis ( Kamar Mandi 1 <i>Bed Room</i> )	47
Gambar 3.13 Hasil Dokumentasi Foto Penulis ( Kamar tidur Studio )	48
Gambar 3.14 Hasil Dokumentasi Foto Penulis ( Kamar Tidur <i>Smart Studio</i> )	48
Gambar 3.15 Hasil Dokumentasi Foto Penulis ( Kamar Mandi <i>Smart Studio</i> )	49

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN</b>	<b>63</b>
A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	64
B. Kartu MBKM (MBKM 02)	65
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 0	66
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	74
E. Surat Penerima MBKM (LoA)	75
F. Formulir Konsultasi Bimbingan	76
G. Lembar Persetujuan	77
H. Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM	78
I. Lampiran pengecekan hasil Turnitin	85



UMMN