

**AKTIVITAS PEMASARAN PADA DEPARTEMEN  
MARKETING PT ONLINE MEDIA GUNA (PERGIKULINER)**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MBKM**

**Angelina Desandra Adventa**

**0000058059**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

**AKTIVITAS PEMASARAN PADA DEPARTEMEN  
MARKETING PT ONLINE MEDIA GUNA (PERGIKULINER)**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MBKM**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

**Angelina Desandra Adventa**

**00000058059**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Angelina Desandra Adventa

Nomor Induk Mahasiswa 00000058059

Program studi : Manajemen

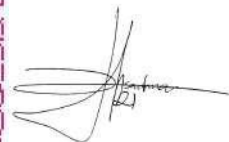
Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

### **AKTIVITAS PEMASARAN PADA DEPARTEMEN *MARKETING* PT ONLINE MEDIA GUNA (PERGIKULINER)**

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, 4 Juni 2024



Angelina Desandra Adventa

## HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

### **AKTIVITAS PEMASARAN PADA DEPARTEMEN *MARKETING* PT ONLINE MEDIA GUNA (PERGIKULINER)**

Oleh

Nama : Angelina Desandra Adventa

NIM : 00000058059

Program Studi : Manajemen

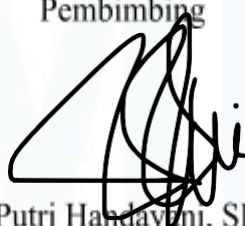
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Laporan MBKM Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 17 Mei 2024

Pembimbing



Nurina Putri Handayani, SE., MM.

NIDN: 0325129002

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M

NIDN: 0323047801

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul  
**AKTIVITAS PEMASARAN PADA DEPARTEMEN *MARKETING* PT  
ONLINE MEDIA GUNA (PERGIKULINER)**

Oleh

Nama : Angelina Desandra Adventa  
NIM : 00000058059  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Selasa, 4 Juni 2024  
Pukul 09.00 s/d 10.00 dan dinyatakan  
**LULUS**  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Nurina Putri Handayani, SE., MM.  
NIDN: 0325129002

Penguji



Anna Riana Putriya, S.E., M. Si  
NIDN: 0321107801

Ketua Program Studi Manajemen



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 : Angelina Desandra Adventa

NIM : 00000058059

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

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:

### **AKTIVITAS PEMASARAN PADA DEPARTEMEN *MARKETING* PT ONLINE MEDIA GUNA (PERGIKULINER)**

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, 20 Mei 2024

Yang menyatakan,



Angelina Desandra Adventa

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan praktik kerja magang ini dengan judul: “AKTIVITAS PEMASARAN PADA DEPARTEMEN *MARKETING* PT ONLINE MEDIA GUNA (PERGIKULINER)” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Manajemen Pada Fakultas 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. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, SE., M.S.M., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Nurina Putri Handayani, SE., M.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Agnes Viriana Arsata, S.I.Kom, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada perusahaan PT Online Media Guna (PergiKuliner) yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan praktik kerja magang.
7. Tim *Acara Marketing* PT Online Media Guna yang telah memberikan bimbingan selama proses praktik kerja magang.
8. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

9. Seluruh pihak yang telah terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam memberikan bantuan dan motivasi pembuatan laporan ini.

Semoga laporan praktik kerja magang ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 20 Mei 2024



Angelina Desandra Adventa

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# AKTIVITAS PEMASARAN PADA DEPARTEMEN MARKETING PT ONLINE MEDIA GUNA (PERGIKULINER)

Angelina Desandra Adventa

## ABSTRAK

Dalam era kemajuan teknologi yang pesat, terjadi perkembangan pada industri makanan dan minuman, sekitar 5,33% dalam industri makanan dan minuman pada kuartal I/2023. Hal ini mendorong sektor terkait untuk mengadopsi teknologi guna memfasilitasi konsumen, serta mendorong inovasi dalam pengembangan teknologi digital. PergiKuliner merupakan sebuah platform direktori dan ulasan tempat makan di wilayah Jabodetabek, Bandung, dan Surabaya, memanfaatkan peluang ini dengan baik. Dalam upaya meningkatkan kesadaran publik dan pendapatan, PergiKuliner meluncurkan berbagai program, yaitu *event marketing*. Melalui praktik kerja magang dalam bidang *Event Marketing* di PergiKuliner, penulis mempelajari dan menerapkan konsep-konsep seperti perencanaan, eksekusi, mengatur dan evaluasi dengan fokus khusus pada pekerjaan *event marketing*. Penulis menemukan bahwa persiapan acara di PergiKuliner melibatkan beberapa tahapan, mulai dari pra-acara, acara itu sendiri, hingga pasca acara, dengan tujuan meningkatkan kesadaran merek dan pendapatan. Namun, penulis mengalami tantangan, seperti kesulitan dalam membuat *planning* dan *executing* yang baik. Sebagai saran, disarankan untuk mengeksplorasi metode promosi alternatif dan melakukan evaluasi menyeluruh setelah berakhirnya acara.

**Kata kunci:** *Event Marketing*, Kesadaran Merek, Manajemen Pemasaran

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# MARKETING ACTIVITIES IN MARKETING DEPARTMENT PT ONLINE MEDIA GUNA (PERGIKULINER)

Angelina Desandra Adventa

## ABSTRACT

*In the era of rapid technological advancement, there has been significant development in the food and beverage industry, with approximately a 5.33% growth in the first quarter of 2023. This trend has prompted related sectors to embrace technology to facilitate consumers and stimulate innovation in digital technology development. PergiKuliner, a platform directory and review site for dining establishments in the Jabodetabek, Bandung, and Surabaya areas, has effectively capitalized on this opportunity. In efforts to enhance public awareness and revenue, PergiKuliner has launched various programs, including event marketing. Through an internship focusing on Event Marketing at PergiKuliner, the author learned and applied concepts such as planning, executing, controlling, and evaluation with a specific focus on event marketing tasks. The author discovered that event preparation at PergiKuliner involves several stages, ranging from pre-event to the event itself and post-event, with the goal of increasing brand awareness and revenue. However, the author encountered challenges such as difficulty in effective planning and execution. As a recommendation, it is suggested to explore alternative promotional methods and conduct comprehensive evaluations after the conclusion of each event.*

**Keywords:** *Event Marketing, Brand Awareness, Marketing Management*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>3</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>4</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>5</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>6</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>7</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>9</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>10</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>11</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>13</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>14</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>15</b>
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang .....	4
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang .....	4
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	4
<b>BAB II</b>	
<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>7</b>
2.1 Profil PT. Online Media Guna (PergiKuliner).....	7
2.2 Visi Misi PT Online Media Guna (PergiKuliner).....	9
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan .....	10
<b>BAB III</b>	
<b>PELAKSANAAN KERJA MAGANG .....</b>	<b>11</b>
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	11
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang .....	14
3.2.1 Tugas Kerja Magang .....	14
3.3 Kendala yang Ditemukan .....	33
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan .....	33
<b>BAB IV</b>	
<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>34</b>
4.1 Simpulan .....	34
4.2 Saran .....	35
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>38</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>40</b>
A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	40

B. Kartu MBKM (MBKM 02) .....	41
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03).....	42
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04) .....	90
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	91
F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin .....	92



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas <i>Event Marketing Intern</i> PergiKuliner .....	14
--	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 PDB Industri Makanan dan Minuman .....	2
Gambar 2.1 Peringkat Aplikasi Bidang Food & Beverage Indonesia by Similiarweb .....	7
Gambar 2.2 Logo PergiKuliner.....	8
Gambar 2.3 Struktur Organisasi PergiKuliner .....	10
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Departemen Marketing PergiKuliner .....	11
Gambar 3.2 Event Marketing Workflow.....	20
Gambar 3.3 Rapat Tim.....	21
Gambar 3.4 Penawaran Kerjasama Tenant Acara PergiKuliner Festival.....	22
Gambar 3.5 Menyiapkan dan Merekap Data-Data Tenant.....	22
Gambar 3.6 Technical Meeting dengan Tenant, Venue, dan Kontraktor .....	23
Gambar 3.7 Kegiatan Pelaksanaan Acara .....	23
Gambar 3.8 Pelaksanaan Pencarian Kontak dan Penawaran Pihak Brand .....	24
Gambar 3.9 Tugas dan Hasil Konten Visit Coupon.....	24
Gambar 3.10 Siklus Pencarian Tenant untuk Acara PergiKuliner Festival .....	25
Gambar 3.11 Pelaksanaan Acara Festival Perjalanan Cita Rasa.....	27
Gambar 3.12 Pelaksanaan Acara Festival Jajanan Glodok: Rasa Oriental yang Halal.....	28
Gambar 3.13 Pelaksanaan Acara Festival Kekinian: Way To Good Bites.....	29
Gambar 3.14 Pelaksanaan Acara Festival Taste of Ramadan .....	31
Gambar 3.15 Pelaksanaan Acara Festival Zaman Now .....	32
Gambar 3.16 Proses Event Festival Lintas Rasa.....	33
Gambar 3.17 Pelaksanaan Acara Festival Zaman Now .....	33
Gambar 4.1 Event Marketing Flowchart.....	35

## DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01) .....	41
B. Kartu MBKM (MBKM 02) .....	42
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03) .....	43
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04) .....	90
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA). .....	91
F. Lampiran pengecekan hasil Turnitin.....	92

