

**PERAN *MARKETING COMMUNICATIONS* GUNA
MENINGKATKAN *TRAFFIC* DI GAIA BUMI RAYA CITY
MALL**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Shabelita Luisa

0000054131

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**PERAN *MARKETING COMMUNICATION* GUNA
MENINGKATKAN *TRAFFIC* DI GAIA BUMI RAYA CITY
MALL**



LAPORAN MAGANG

Shabelita Luisa

0000054131

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Shabelita Luisa
Nomor Induk Mahasiswa : 00000054131
Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang Penelitian dengan judul:

**PERAN *MARKETING COMMUNICATION* GUNA MENINGKATKAN
TRAFFIC DI GAIA BUMI RAYA CITY MALL**

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 Magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Juni 2024



Handwritten signature of Shabelita Luisa.

Shabelita Luisa

HALAMAN PENGESAHAN

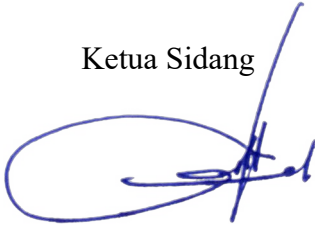
Laporan Magang dengan judul
**PERAN *MARKETING COMMUNICATION* GUNA MENINGKATKAN
TRAFFIC DI GAIA BUMI RAYA CITY MALL**

Oleh
Nama : Shabelita Luisa
NIM : 00000054131
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diajukan pada hari Kamis, 20 Juni 2024
Pukul 08.00 s.d 09.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang



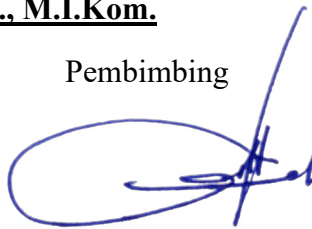
Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Penguji



Dr. Nuria Astagini, S.Sos, M.Si
NIDN 0404038205

Pembimbing



Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Shabelita Luisa
NIM : 00000054131
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
JenisKarya : Laporan Magang

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Non eksklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PERAN *MARKETING COMMUNICATION* GUNA MENINGKATKAN
TRAFFIC DI GAIA BUMI RAYA CITY MALL**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty 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, 13 Juni 2024

Yang menyatakan,



Shabelita Luisa

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan ini dengan judul: **PERAN *MARKETING COMMUNICATION* GUNA MENINGKATKAN *TRAFFIC* DI GAIA BUMI RAYA CITY MALL** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Theresia Lavieta Vivrie Lolita S.I.Kom., M.I.Kom., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Bapak Erlangga Alfadilla, Ibu Theresia Kristina Sari Br Manik, dan Ibu Karina selaku *Supervisor* dan pembimbing lapangan yang sudah memberikan arahan, masukan dan mengedukasi selama proses kerja magang.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Magang ini.
8. Seluruh teman-teman saya Shirlene, Amel, Kathleen, Chelsy, Rilla, Gebi, Vella dan Whitney yang telah memberikan saya semangat untuk menyelesaikan tugas serta laporan kerja magang

Semoga laporan ini dapat menjadi sebuah pembelajaran dan juga motivasi serta sumber informasi kedepannya bagi para pembaca terkhusus kepada mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 13 Juni 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Shabelita Luisa', with a small dot at the end.

Shabelita Luisa

PERAN *MARKETING COMMUNICATION* GUNA MENINGKATKAN *TRAFFIC* DI GAIA BUMI RAYA CITY

MALL

Shabelita Luisa

ABSTRAK

Pusat perbelanjaan Gaia Bumi Raya City Mall mulai mengoperasikan mal mereka meskipun dalam situasi pandemi COVID-19. Itulah mengapa untuk memasarkan dan juga meningkatkan *awareness* mengenai keberadaan mal baru serta mempersuasi publik agar mereka ingin datang berkunjung, Gaia Bumi Raya City melaksanakan berbagai kegiatan *marketing communication* dengan mendorong divisi *Event Promotion* dan juga *Social Media Marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dari *marketing communication* yang dilakukan oleh Gaia Bumi Raya City Mall untuk meningkatkan *traffic* terlebih lagi setelah pandemi COVID-19 baru saja selesai. Sebagai tim dari *marketing communication* yang berfokus kepada 2 divisi yaitu *Event Promotion* dan *Social Media Marketing*, pemegang memiliki tanggung jawab untuk membuat serta merancang sebuah *event* dan mempublikasikan berbagai konten yang tentu dapat mengenalkan Gaia Bumi Raya City Mall yang tergolong menjadi mal baru yang ada di Pontianak dengan berbagai rancangan strategi. Kendala utama pada proses kerja magang adalah adanya perbedaan utama dari konsep serta materi yang diberikan selama perkuliahan dengan program kerja magang sehingga sangat dibutuhkannya adaptasi dengan budaya perusahaan. Setelah melaksanakan empat bulan program kerja magang, kesimpulan yang didapatkan ialah tercapainya tujuan magang untuk mengenal lebih dalam mengenai bagaimana peran dan strategi dari *marketing communication* yang dijalankan di pusat perbelanjaan.

Kata Kunci: *Marketing Communication, Event Promotion, Social Media Marketing*

PERAN *MARKETING COMMUNICATION* GUNA MENINGKATKAN *TRAFFIC* DI GAIA BUMI RAYA CITY

Shabelita Luisa

ABSTRACT (English)

Gaia Bumi Raya City Mall started operating their mall despite the COVID-19 pandemic situation. Therefore, to market and also increase awareness about the presence of the new mall and persuade the public to visit, Gaia Bumi Raya City carried out various marketing communication activities by encouraging the Event Promotion and Social Media Marketing divisions. This research aims to understand the marketing communication strategy implemented by Gaia Bumi Raya City Mall to increase traffic, especially after the COVID-19 pandemic just ended. As a team from the marketing communication focusing on two divisions, namely Event Promotion and Social Media Marketing, the intern is responsible for creating and designing events and publishing various content that can introduce Gaia Bumi Raya City Mall, which is considered a new mall in Pontianak, with various strategic designs. The main challenge during the internship process is the significant difference between the concepts and materials provided during college and the internship program, requiring a strong adaptation to the company's culture. After carrying out the four-month internship program, the conclusion reached is the achievement of the internship's goal to gain a deeper understanding of the role and strategy of marketing communication implemented in the shopping center.

Keywords : *Marketing Communication, Event Promotion, Social Media Marketing*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PENGESAHAN	3
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	4
KATA PENGANTAR	5
ABSTRAK	7
<i>ABSTRACT (English)</i>	8
DAFTAR ISI	9
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN	12
BAB I PENDAHULUAN	13
1.1. Latar Belakang	13
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	18
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	20
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	23
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	23
2.2 Visi Misi Gaia Bumi Raya City Mall.....	24
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	29
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	29
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	30
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	49
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	50
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	52
4.1 Simpulan	52
4.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama Marketing Communication.....	31
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Penduduk di Kota Pontianak	14
Gambar 2.1 Struktur Organisasi Gaia Bumi Raya City Mall.....	24
Gambar 2. 2 Struktur Departemen Marketing Communicaiton Gaia Bumi Raya City Mall	25
<i>Gambar 3. 1 Proposal Be Kind To Earth</i>	<i>38</i>
Gambar 3. 2 Postingan Pendaftaran Lomba Poster Digital Be Kind To Earth.....	39
<i>Gambar 3. 3 Postingan Rangkaian Acara Be Kind To Earth Day 1 dan Day 2 ..</i>	<i>39</i>
Gambar 3. 4Postingan Pemenang Lomba Poster Digital Be Kind To Earth Kategori Umum.....	40
Gambar 3. 5Postingan Pemenang Lomba Poster Digital Be Kind To Earth Kategori SMP/SMA.....	40
Gambar 3. 6 Final Report Bagian Impact Analytics	41
Gambar 3. 7 Final Report Bagian Operasional Overview	42
Gambar 3. 8 Final Report Bagian Realisasi Budget	42
Gambar 3. 9 Penyuntingan Konten untuk Tenant Gaia	47
Gambar 3. 10 Penyuntingan Konten untuk Keperluan Gaia Club Member	47
Gambar 3. 11 Contoh Konten dan Engagement yang didapatkan	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Bimbingan Magang	57
Lampiran 2 Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	58
Lampiran 3 Kartu MBKM - MBKM 02	59
Lampiran 4 Daily Task MBKM - MBKM 03	60
Lampiran 5 Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04.....	61
Lampiran 6 Surat Penerimaan MBKM (LoA)	62
Lampiran 7 Pengecekan Hasil Turnitin.....	63
Lampiran 8 Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM	66