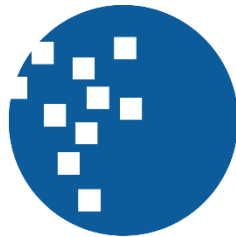


**OPTIMALISASI SOSIAL MEDIA UNTUK MENINGKATKAN
KINERJA PEMASARAN DI PT PROMAX PREMIER
INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Raffael Dhamma Hermansyah

0000068089

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**OPTIMALISASI SOSIAL MEDIA UNTUK MENINGKATKAN
KINERJA PEMASARAN DI PT PROMAX PREMIER
INDONESIA**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Raffael Dhamma Hermansyah

0000068089

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Raffael Dhamma Hermansyah

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068972

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

OPTIMALISASI SOSIAL MEDIA UNTUK MENINGKATKAN KINERJA

PEMASARAN DI PT PROMAX PREMIER INDONESIA

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, 26 Mei 2025



Raffael Dhamma Hermansyah

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul
**OPTIMALISASI SOSIAL MEDIA UNTUK MENINGKATKAN
KINERJA PEMASARAN DI PT PROMAX PREMIER**

INDONESIA

Oleh
Nama : Raffael Dhamma Hermansyah
NIM : 0000068089
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

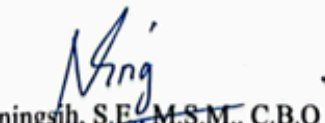
Tangerang, 26 Mei 2025

Pembimbing



Nosica Rizkalla. S.E., M.Sc.
0320089001

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O
0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
**OPTIMALISASI SOSIAL MEDIA UNTUK MENINGKATKAN KINERJA
PEMASARAN DI PT PROMAX PREMIER INDONESIA**

Oleh
Nama : Raffael Dhamma Hermansyah
NIM : 00000068089
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Kamis, 05 Juni 2025
Pukul 15.00 s/d 16.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

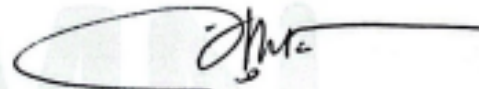
Pembimbing

Penguji



Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.

0320089001



Dr. Yosef Budi Susanto, M.M.

0301056103

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.Ö
0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Raffael Dhamma Hermansyah

NIM : 00000068089

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

JenisKarya : Laporan MBKM

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

OPTIMALISASI SOSIAL MEDIA UNTUK MENINGKATKAN KINERJA

PEMASARAN DI PT PROMAX PREMIER INDONESIA

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, 26 Mei 2025

Yang menyatakan,


Raffael Dhamma Hermansyah

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan MBKM ini dengan judul **“OPTIMALISASI SOSIAL MEDIA UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN DI PT PROMAX PREMIER INDONESIA”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Penulis 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. Ir. Andrey Andoko, M.Sc, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Prof. 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. Ibu Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Ibu Rini Inthalasari, selaku *Chief Executive Officer* PT Promax Premier Indonesia yang telah memberikan kesempatan penulis untuk dapat melaksanakan kerja magang di PT Promax Premier Indonesia.
6. Bapak Tubagus Risky Raditya, selaku *Head of Digital Marketing* yang telah menjadi supervisi, mempercayai penulis dalam bertanggung jawab melakukan beberapa pekerjaan, memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dalam melaksanakan kegiatan kerja magang.
7. Ibu Ririn Dipatiesa, selaku *Head of HR Legal & Permit* yang telah mempercayai penulis dalam bertanggung jawab dalam melakukan beberapa pekerjaan dan telah banyak membimbing penulis selama kegiatan kerja magang.
8. Kepada Perusahaan Promax Premier Indonesia

9. Seluruh Tim *Digital Marketing* PT Promax Premier Indonesia yang telah membantu, mendukung, dan bekerjasama dengan baik selama proses kerja magang.
10. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
11. Teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan, motivasi, arahan untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat membantu dan memberikan manfaat untuk para pembaca berupa wawasan dan referensi untuk karya tulis. Semoga dengan adanya karya ilmiah ini bisa menjadi landasan untuk penelitian selanjutnya dan bisa berkontribusi lebih besar.

Tangerang, 26 Mei 2025



Raffael Dhamma Hermansyah

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

OPTIMALISASI SOSIAL MEDIA UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN DI PT PROMAX PREMIER INDONESIA

Raffael Dhamma Hermansyah

ABSTRAK

Transformasi digital telah mengubah strategi pemasaran di berbagai sektor, termasuk industri properti dan building management. Saat ini, konsumen semakin mengandalkan media sosial dan platform digital lainnya dalam mencari informasi sebelum mengambil keputusan pembelian hunian. Menanggapi perubahan ini, PT Promax Premier Indonesia memanfaatkan media sosial dan *website* untuk meningkatkan *brand awareness*, menjalin interaksi dengan calon konsumen, dan memperluas jangkauan pasar. Strategi pemasaran digital yang dijalankan meliputi pembuatan konten visual dan edukatif, penyusunan *content plan* berbasis tren, serta pengelolaan kanal digital secara terstruktur. Hasilnya, akun Instagram Promax Premier mengalami pertumbuhan jumlah pengikut dari sekitar 50 menjadi sekitar 180 *followers*, dengan beberapa konten mencapai lebih dari 1.000 tayangan. Capaian ini mencerminkan peningkatan *engagement* dan efektivitas strategi yang diterapkan. Tantangan yang dihadapi mencakup keterbatasan aset visual, kurangnya variasi ide konten, dan konsistensi dalam penyampaian pesan. Penulis berperan aktif sebagai *Digital Marketing Intern* dalam proses ini, dengan tanggung jawab menyusun *content plan*, mengelola media sosial, memperbarui *website*, serta membantu pembuatan materi pemasaran. Pengalaman ini memberikan pemahaman nyata tentang implementasi strategi digital marketing di industri properti dan berkontribusi terhadap pengembangan keterampilan penulis dalam bidang komunikasi pemasaran.

Kata kunci: *Digital Marketing*, Kinerja Pemasaran, Sosial Media, Manajemen Properti

OPTIMIZATION OF SOCIAL MEDIA TO IMPROVE MARKETING PERFORMANCE AT PT PROMAX PREMIER INDONESIA

Raffael Dhamma Hermansyah

ABSTRACT (English)

Digital transformation has reshaped marketing strategies across various sectors, including the property and building management industries. Consumers increasingly rely on social media and other digital platforms to gather information before making decisions about purchasing a home. In response to this shift, PT Promax Premier Indonesia utilizes social media and its website to enhance brand awareness, engage with potential customers, and expand market reach. The digital marketing strategies implemented include the creation of visual and educational content, trend-based content planning, and structured management of digital channels. As a result, the Instagram account of Promax Premier experienced growth from around 50 to approximately 180 followers, with several posts reaching over 1,000 views. These outcomes reflect a significant increase in engagement and the effectiveness of the strategies used. Challenges encountered include limited visual assets, lack of content variety, and maintaining message consistency. The author actively contributed to this process as a Digital Marketing Intern, with responsibilities including content planning, managing social media, updating the website, and assisting in the development of marketing materials. This experience provided practical insights into the implementation of digital marketing strategies in the property industry and contributed to the author's professional development in marketing communications.

Keywords: *Digital Marketing, Marketing Management, Social Media, Building Management*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT (English)	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	4
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	10
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	10
2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	11
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	12
2.3 Kajian Validasi Model Bisnis di PT Promax Premier Indonesia.....	13
BAB III	17
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	17
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	17
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	18
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	57
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	60
3.5 Tinjauan Etika Bisnis di PT Promax Premier Indonesia.....	61
BAB IV	63
SIMPULAN DAN SARAN	63
4.1 Simpulan.....	63
4.2 Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama yang Dilakukan Penulis.....	21
Tabel 3.2 Tugas Tambahan yang Dilakukan.....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2024.....	1
Gambar 1.2 Durasi Penggunaan Internet.....	2
Gambar 2.1 Logo PT Promax Premier Indonesia.....	10
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Promax Premier Indonesia.....	12
Gambar 2.3 <i>Business Model Canvas</i> PT Promax Premier Indonesia.....	13
Gambar 3.1 Struktur Kedudukan dan Organisasi - Departemen Digital Marketing PT Promax Premier Indonesia.....	17
Gambar 3.2 Tampilan Sosial Media Perusahaan.....	23
Gambar 3.3 Tampilan Lama Sosial Media Perusahaan.....	24
Gambar 3.4 Contoh Konten Sosial Media.....	25
Gambar 3.5 Customer Menghubungi Promax Premier.....	27
Gambar 3.6 Mempelajari Penggunaan Website.....	30
Gambar 3.7 Tampilan Website Promax Premier.....	31
Gambar 3.8 Tampilan Website Cendana Park.....	33
Gambar 3.9 Template Website Cendana Park.....	33
Gambar 3.10 Error Pada Website.....	34
Gambar 3.11 Dashboard Website Cendana Park.....	35
Gambar 3.12 Content Plan Sosial Media Perusahaan.....	38
Gambar 3.13 Hasil Review Content Plan.....	39
Gambar 3.14 Pembuatan Content Plan Awal Bulan.....	40
Gambar 3.15 Ide Konten dari Berita Terkini.....	41
Gambar 3.16 Website untuk Mengupload Artikel.....	42
Gambar 3.17 Rapat Bersama Rekan Tim Business Development.....	45
Gambar 3.18 Meeting Bersama CEO Perusahaan.....	46

Gambar 3.19 Kegiatan Product Knowledge.....	49
Gambar 3.20 Kegiatan Membungkus Barang.....	51
Gambar 3.21 Penyusunan Souvenir.....	53
Gambar 3.22 Proses Berlangsungnya Acara.....	54
Gambar 3.23 Proses Syuting Rumah Contoh.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN.....	72
A. Surat Pengantar MBKM - MBKM 01.....	72
B. Kartu MBKM - MBKM 02.....	73
C. Daily Task MBKM - MBKM 03.....	74
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04.....	91
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	92
F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	93
H. Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM.....	95

