

**PERAN *MARKETING COMMUNICATION* PADA DIVISI  
*SALES & MARKETING* DI ATRIA HOTEL & RESIDENCES  
GADING SERPONG**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MBKM**

**Marco**

**00000069218**

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

**PERAN *MARKETING COMMUNICATION* PADA DIVISI  
*SALES & MARKETING* DI ATRIA HOTEL & RESIDENCES  
GADING SERPONG**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MBKM**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

**Marco**

**00000069218**

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

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Marco  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000069218  
Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

**"PERAN *MARKETING COMMUNICATION* PADA DIVISI *SALES & MARKETING* DI ATRIA HOTEL & RESIDENCES GADING SERPONG"** 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, 2 Juni 2025



(Marco)

## HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan magang dengan judul  
“*PERAN MARKETING COMMUNICATION PADA DIVISI SALES & MARKETING DI*  
*ATRIA HOTEL & RESIDENCES GADING SERPONG*”

Oleh

Nama : Marco  
NIM : 00000069218  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Magang MBKM Universitas Multimedia Nusantara

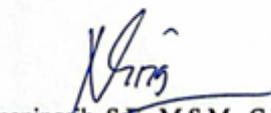
Tangerang, 2 Juni 2025

Pembimbing



Dr. Hendro Budiyanto, S.Pd, M.M., CHRA  
NIDN: 0315107502

Ketua Program Studi Manajemen



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

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

**"PERAN *MARKETING COMMUNICATION* PADA DIVISI *SALES & MARKETING* DI ATRIA HOTEL & RESIDENCES GADING SERPONG"**

Oleh

Nama : Marco  
NIM : 00000069218  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 4 Juni 2024

Pukul 09.00 s/d 10.00 dan dinyatakan

**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji



Dr. Hendro Budiyanto, S.Pd, M.M., CHRA  
NIDN: 0315107502



Dr. Febri Nila Chrisanty, S.E., M.M.  
NIDN: 0307027602

Ketua Program Studi Manajemen



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

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Marco  
NIM : 00000069218  
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:

**“PERAN *MARKETING COMMUNICATION* PADA DIVISI *SALES & MARKETING* DI ATRIA HOTEL & RESIDENCES GADING SERPONG”**

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, 2 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Marco)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan MBKM ini dengan judul:

**“PERAN *MARKETING COMMUNICATION* PADA DIVISI *SALES & MARKETING* DI ATRIA HOTEL & RESIDENCES GADING SERPONG”**

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Strata 1 Jurusan Manajemen Pemasaran (*Marketing*) 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. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Hendro Budiyanto, S.Pd, M.M., CHRA, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Tim *Marketing Communication* Atria Hotel & Residences Gading Serpong, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan wawasan dan pemahaman pembaca mengenai pentingnya strategi komunikasi pemasaran dalam membangun kepercayaan pelanggan, khususnya di sektor industri perhotelan. Penulis berharap bahwa hasil penelitian dan pengalaman praktik kerja lapangan yang dituangkan dalam laporan ini dapat menjadi referensi yang

bermanfaat bagi mahasiswa yang sedang atau akan menjalani program magang. Melalui laporan ini, mahasiswa diharapkan dapat memperoleh gambaran nyata tentang dinamika dunia kerja, sekaligus mempersiapkan diri secara lebih matang dalam menghadapi tantangan di lingkungan profesional.

Bagi perusahaan, khususnya di industri perhotelan, penulis berharap karya ilmiah ini dapat menjadi masukan yang terstruktur dalam menyusun dan mengevaluasi strategi komunikasi pemasaran yang lebih efektif guna membangun kepercayaan serta loyalitas pelanggan. Penulis juga berharap agar perusahaan-perusahaan dapat lebih terbuka dalam memberikan kesempatan magang bagi mahasiswa dari berbagai jurusan dan divisi, sehingga pengalaman belajar yang diperoleh menjadi lebih relevan dan menyeluruh tanpa perlu terjadi perpindahan divisi yang tidak direncanakan.

Selain itu, penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pihak universitas, khususnya Universitas Multimedia Nusantara sebagai bahan evaluasi sekaligus pengembangan kurikulum dan kebijakan program magang ke depan. Diharapkan universitas terus mendukung dan memfasilitasi kegiatan praktek kerja lapangan yang terarah, sehingga mahasiswa tidak hanya memperoleh pemahaman secara teori, tetapi juga pengalaman nyata dan secara langsung. Dengan sinergi yang baik antara mahasiswa, universitas, dan mitra perusahaan diharapkan tercipta lulusan yang siap menghadapi dunia kerja dan mampu memberikan kontribusi nyata di bidang keahliannya.

Tangerang, 2 Juni 2025



(Marco)

**“PERAN *MARKETING COMMUNICATION* PADA DIVISI *SALES & MARKETING* DI ATRIA HOTEL & RESIDENCES GADING SERPONG”**

(Marco)

**ABSTRAK**

Program magang ini dilaksanakan di Atria Hotel & Residences Gading Serpong yang dipilih oleh penulis karena merupakan salah satu hotel berbintang empat yang memiliki reputasi baik di kawasan Gading Serpong serta berada di bawah naungan Parador Hotels & Resorts. Pemilihan perusahaan ini juga didasarkan pada aktivitas Divisi Marketing Communication yang dinilai relevan dengan bidang studi penulis, khususnya dalam hal penerapan strategi komunikasi pemasaran untuk membangun kepercayaan pelanggan. Selama pelaksanaan program magang, penulis menghadapi beberapa kendala, antara lain keterbatasan dalam penguasaan perangkat lunak desain seperti Adobe Photoshop dan Illustrator, serta adanya perubahan jadwal kegiatan secara mendadak. Untuk menyelesaikan kendala tersebut, penulis berupaya secara mandiri mempelajari perangkat lunak yang dibutuhkan dengan memanfaatkan sumber pembelajaran daring di luar waktu kerja. Di samping itu, penulis bersama tim Marketing Communication memperkuat komunikasi dan koordinasi dengan seluruh pihak terkait sebagai langkah preventif untuk memastikan setiap kegiatan dapat terlaksana sesuai rencana. Melalui proses ini, penulis memperoleh wawasan yang lebih komprehensif terkait implementasi komunikasi pemasaran di sektor perhotelan serta meningkatkan kemampuan teknis dan profesional yang relevan dalam dunia kerja.

**Kata kunci:** Kepercayaan Pelanggan, Komunikasi Pemasaran, Industri Perhotelan, Magang

**“THE ROLE OF MARKETING COMMUNICATION IN THE SALES &  
MARKETING DIVISION AT ATRIA HOTEL & RESIDENCES GADING  
SERPONG”**

(Marco)

**ABSTRACT (English)**

*This internship program was carried out at Atria Hotel & Residences Gading Serpong which was chosen by the writer because it is one of the four-star hotels that has a good reputation in the Gading Serpong area and is under the auspices of Parador Hotels & Resorts. The selection of this company is also based on the activities of the Marketing Communication Division which are considered relevant to the writer's field of study, especially in terms of implementing marketing communication strategies to build customer trust. During the implementation of the internship program, the author faced several obstacles, including limitations in mastering design software such as Adobe Photoshop and Illustrator, as well as sudden changes in activity schedules. To resolve these obstacles, the writer tried to independently learn the software needed by utilizing online learning resources outside of working time. In addition, the writer together with the Marketing Communication team strengthened communication and coordination with all related parties as a preventive measure to ensure that each activity could be carried out as planned. Through this process, the writer gained a more comprehensive insight into the implementation of marketing communications in the hospitality sector and improved technical and professional skills that are relevant in the world of work.*

**Keywords:** *Customer Trust, Marketing Communication, Hospitality Industry, Internship.*

## DAFTAR ISI

|                                                                                       |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....</b>                                          | <b>2</b>  |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>                                                       | <b>3</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>                                                        | <b>4</b>  |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK<br/>KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b> | <b>5</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                                            | <b>6</b>  |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                                                   | <b>8</b>  |
| <b><i>ABSTRACT (English)</i>.....</b>                                                 | <b>9</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                                | <b>10</b> |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                                              | <b>12</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                                             | <b>13</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>                                                           | <b>14</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                                         | <b>15</b> |
| 1.1 Latar Belakang.....                                                               | 15        |
| 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....                                               | 18        |
| 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....                                  | 18        |
| 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....                                             | 18        |
| 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....                                          | 19        |
| <b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>                                           | <b>21</b> |
| 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....                                                   | 21        |
| 2.1.1 Visi Misi.....                                                                  | 22        |
| A. Visi.....                                                                          | 22        |
| B. Misi.....                                                                          | 22        |
| 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....                                               | 23        |
| <b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....</b>                                          | <b>26</b> |
| 3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....                                                     | 26        |
| 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....                                                | 26        |
| 3.2.1 Tugas Kerja Magang.....                                                         | 26        |
| 3.2.2 Uraian Kerja Magang.....                                                        | 27        |
| 3.3 Kendala yang Ditemukan.....                                                       | 39        |
| 3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....                                           | 40        |
| <b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....</b>                                                 | <b>41</b> |
| 4.1 Simpulan.....                                                                     | 41        |
| 4.2 Saran.....                                                                        | 42        |
| 4.2.1 Perusahaan.....                                                                 | 42        |

|                                       |           |
|---------------------------------------|-----------|
| 4.2.2 Universitas.....                | 42        |
| 4.2.3 Mahasiswa yang akan magang..... | 42        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>            | <b>43</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                  | <b>44</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang..... | 26 |
|-----------------------------------|----|

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Perkembangan Pariwisata Januari 2024.....                        | 15 |
| Gambar 1.2 Tingkat Penghunian Kamar pada Hotel Bintang Tahun 2024.....      | 16 |
| Gambar 2.1 Logo Atria Hotel Gading Serpong.....                             | 21 |
| Gambar 2.2 Struktur Organisasi Atria Hotel & Residences Gading Serpong..... | 23 |
| Gambar 3.1 Kedudukan & Koordinasi Marketing Communication.....              | 26 |
| Gambar 3.2 Memberikan Feedback Direct Message Instagram.....                | 28 |
| Gambar 3.3 Memberikan Feedback Direct Message Instagram.....                | 29 |
| Gambar 3.4 Rekap Direct Message Instagram.....                              | 30 |
| Gambar 3.5 Referensi Konten Tiktok.....                                     | 30 |
| Gambar 3.6 Referensi Konten Instagram.....                                  | 31 |
| Gambar 3.7 Caption Konten Instagram.....                                    | 31 |
| Gambar 3.8 List Influencer.....                                             | 32 |
| Gambar 3.9 Negosiasi Benefit dengan Influencer.....                         | 33 |
| Gambar 3.10 Monitoring Konten Yang Sudah Di-upload di Media Sosial.....     | 34 |
| Gambar 3.11 Press Release Wedding Open House Atria Gading Serpong.....      | 34 |
| Gambar 3.12 Dokumentasi Internal Halal Bihalal Atria Gading Serpong.....    | 35 |
| Gambar 3.13 Dokumentasi Eksternal Yayasan Sayap Ibu.....                    | 35 |
| Gambar 3.14 Proses Pengeditan Dokumentasi.....                              | 36 |
| Gambar 3.15 Membantu Proses Video Taking.....                               | 37 |
| Gambar 3.16 Menjadi Talent untuk media promosi Halal Bihalal.....           | 37 |
| Gambar 3.17 Statement Of Work Agreement Influencer.....                     | 38 |
| Gambar 3.18 Entertainment Form.....                                         | 39 |
| Gambar 3.19 Dokumen Untuk Ditandatangani Sebagai Media Promosi.....         | 40 |

## LAMPIRAN

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| A. Surat Pengantar MBKM - MBKM 01.....     | 45 |
| B. Kartu MBKM - MBKM 02.....               | 46 |
| C. Daily Task MBKM - MBKM 03.....          | 47 |
| D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM 04.....  | 66 |
| E. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....        | 67 |
| F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin..... | 68 |
| G. Lampiran Consulting Meeting.....        | 69 |