

**PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS PADA PT. PROMAX PREMIER INDONESIA
*BSD CITY***



LAPORAN MBKM

**Lovenia Kirana
00000069643**

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

...

**PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS PADA PT. PROMAX PREMIER INDONESIA
*BSD CITY***



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Lovenia Kirana

00000069643

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

2025

i

...

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Lovenia Kirana

Nomor Induk Mahasiswa : 00000069643

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN BRAND

AWARENESS PADA PT. PROMAX PREMIER INDONESIA BSD CITY

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, 09 Juni 2025



(Lovenia Kirana)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul
**PERAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS PADA PT. PROMAX PREMIER
INDONESIA BSD CITY**

Oleh

Nama : Lovenia Kirana
NIM : 00000068972
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada Sidang Ujian
Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 10 Juni 2025

Dosen Pembimbing



Yoanita Alexandra, S.E., B.A., M.Par
NIDN: 0313089201

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PENGESAHAN

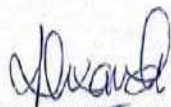
Laporan MBKM dengan judul
"PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PT. PROMAX PREMIER INDONESIA *BSD CITY*"

Oleh

Nama : Lovenia Kirana
NIM : 00000069643
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Kamis, 12 Juni 2025
Pukul 16.00 s/d 17.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Yoanita Alexandra, S.E., B.A., M.Par.
NIDN : 0313089201

Penguji



Eko Agus Prasetyo Endarto, S.E., M.M.
NIDN : 0301087205

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 : Lovenia Kirana
NIM : 00000069643
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : 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 DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS PADA PT. PROMAX PREMIER INDONESIA BSD CITY**

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, 09 Juni 2025

Yang menyatakan,



Lovenia Kirana

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan MBKM ini dengan judul “PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA PT. PROMAX PREMIER INDONESIA *BSD CITY*” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana 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. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., MBA, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.SM, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Yoanita Alexandra, S.E., B.A., M.Par., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Tubagus Risky Raditya, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Rini Inthalasari, selaku Chief Executive Officer PT Promax Premier Indonesia yang telah memberikan kesempatan penulis untuk dapat bekerja magang di PT Promax Premier Indonesia.
7. 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, yang telah memberikan kesempatan untuk menjalankan program MBKM
9. Seluruh Tim Digital Marketing PT Promax Premier Indonesia yang telah bekerjasama dengan baik selama proses kerja magang

Semoga laporan magang ini bisa bermanfaat dan menambah wawasan bagi siapa saja yang membacanya, khususnya yang punya ketertarikan di bidang ini. Harapannya, laporan ini juga bisa jadi dasar atau inspirasi buat teman-teman lain yang mau lanjut penelitian atau mengembangkan topik yang sama ke depannya.

Tangerang, 09 Juni 2025



Lovenia Kirana

...

**PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS PADA PT. PROMAX PREMIER INDONESIA
*BSD CITY***

Lovenia Kirana

ABSTRAK

Perkembangan teknologi membawa perubahan besar dalam dunia properti, terutama dalam hal pemasaran. Saat ini, calon pembeli cenderung mencari informasi lewat internet dan media sosial sebelum memutuskan untuk survei atau membeli rumah. Hal ini mendorong perusahaan properti untuk lebih aktif dalam pemasaran digital. Penulis menjalani program magang sebagai Digital Marketing Intern di PT Promax Premier Indonesia. Selama 640 jam magang, penulis terlibat dalam pembuatan konten media sosial, perencanaan content plan, desain marketing tools seperti e-brochure, flyer, dan banner, serta pengelolaan media sosial dan website perusahaan. Tantangan seperti keterbatasan aset, mencari ide konten yang relevan, dan menjaga konsistensi konten menjadi bagian dari proses pembelajaran. Namun, dari situ penulis memperoleh banyak pengalaman, mulai dari berpikir kreatif, belajar komunikasi visual, hingga bekerja sama dalam tim secara profesional. Program magang ini memberikan pemahaman lebih dalam tentang digital marketing properti dan menjadi bekal penting untuk dunia kerja ke depannya.

Kata kunci: *Digital Marketing, Marketing tools, Property Management*

THE ROLE OF DIGITAL MARKETING IN IMPROVING BRAND AWARENESS AT PT. PROMAX PREMIER INDONESIA BSD CITY

Lovenia Kirana

ABSTRACT (English)

Technological developments have brought major changes to the property world, especially in terms of marketing. Currently, prospective buyers tend to search for information via the internet and social media before deciding to survey or buy a house. This encourages property companies to be more active in digital marketing. The author underwent an internship program as a Digital Marketing Intern at PT Promax Premier Indonesia. During the 640-hour internship, the author was involved in creating social media content, planning content plans, designing marketing tools such as e-brochures, flyers, and banners, as well as managing the company's social media and website. Challenges such as limited assets, finding relevant content ideas, and maintaining content consistency are part of the learning process. However, from there the author gained a lot of experience, starting from thinking creatively, learning visual communication, to working together in a team professionally. This internship program provides a deeper understanding of digital property marketing and is an important provision for the world of work in the future.

Keywords: *Digital Marketing, Marketing tools, Property Management*

...

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PRESETUJUAN.....	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.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	3
Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	3
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	6
Sejarah Singkat Perusahaan.....	6
Visi Misi.....	8
Struktur Organisasi Perusahaan.....	9
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	13
Kedudukan dan Koordinasi.....	13
Tugas dan Uraian Kerja Magang	14
Kendala yang Ditemukan	49

...

Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	50
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	52
Simpulan	52
Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	56

...

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama yang Dilakukan Oleh Penulis	30
Tabel 3.2 Tugas Tambahan yang Dilakukan Oleh Penulis	61



...

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Visualisasi Gading Serpong Boulevard.....	7
Gambar 2.2 Logo Promax Premier... ..	8
Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Promax Premier Indonesia.....	10
Gambar 3.1 Struktur Kedudukan dan Organisasi.....	14
Gambar 3.2 Mengikuti Product Knowledge Paramount di Grand Ballroom Atria.....	17
Gambar 3.3 Mengikuti Product Knowledge Summarecon di Springs Club... ..	19
Gambar 3.4 Mengikuti Product Knowledge Sinarmasland di Ice BSD	21
Gambar 3.5 Mengikuti Product Knowledge BSD City di Navapark... ..	23
Gambar 3.6 Mengikuti Product Knowledge Swancity di B Steak Grill, Gading Serpong.....	25
Gambar 3.7 Pembuatan content plan selama sebulan terlebih dulu... ..	28
Gambar 3.8 Membuat konsep dan shooting Asterra Business Loft by Sinarmas Land di BSD	29
Gambar 3.9 Pembuatan konten carousel mengenai “Pengamat Properti”	30
Gambar 3.10 Shooting konten Rumah Tresor di BSD City.....	31
Gambar 3.11 Membuat konsep dan shooting Perumahan Enchante	32
Gambar 3.12 Penulis membuat konsep konten dan menjadi Talent Shooting Rumah Contoh Elyon by Eonna	33
Gambar 3.13 Penulis membuat konsep konten banjir yang sedang viral.....	34
Gambar 3.14 Penulis membuat konten menjelang Ramadhan... ..	35
Gambar 3.15 Penulis merapihkan highlight story dan membuat linktree	36

...

Gambar 3.16 Penulis melakukan pengumpulan insight instagram	39
Gambar 3.17 Penulis membuat konten mengenai “ 100 Alasan mengapa memilih cendana Park”	41
Gambar 3.18 Pembuatan lynk untuk dipasarkan agen marketing Promax.....	42
Gambar 3.19 Mengunggah iklan rumah second pada Website OLX.....	44
Gambar 3.20 Pembuatan Umbul-umbul dan Wall Boarding Cendana Park.....	46
Gambar 3.21 Konten carousel dan reels Promax Premier.....	48

...

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM - MBKM 01...	56
Lampiran B Kartu MBKM - MBKM 02...	57
Lampiran C Daily Task MBKM - MBKM 03...	58
Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04...	77
Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	78
Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	79
Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM.....	81