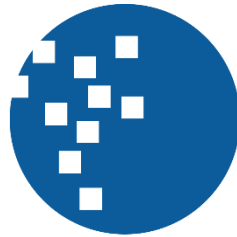


**PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS TANGCITY MALL, APARTEMEN
SKANDINAVIA, DAN BRAND LAINNYA DI PT
PANCAKARYA GRIYATAMA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Richard Choonelius

00000071062

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

**PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* TANGCITY MALL, APARTEMEN SKANDINAVIA,
DAN BRAND LAINNYA DI PT PANCAKARYA GRIYATAMA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Richard Choonelius

00000071062

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Richard Choonelius

Nomor Induk Mahasiswa : 00000071062

Program studi : Management

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* TANGCITY MALL, APARTEMEN SKANDINAVIA, DAN BRAND LAINNYA DI PT PANCAKARYA GRIYATAMA

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



(Richard Choonelius)

ii

Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Brand Awareness Tangcity Mall, Apartemen Skandinavia, dan Brand Lainnya di PT Pancakarya Griyatama, Richard Choonelius, Universitas Multimedia Nusantara

ii

Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Brand Awareness Tangcity Mall, Apartemen Skandinavia, dan Brand Lainnya di PT Pancakarya Griyatama, Richard Choonelius, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

Peran *Digital Marketing* dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Tangcity Mall,
Apartment Skandinavia, dan Brand Lainnya di PT Pancakarya Griyatama
Oleh

Nama : Richard Choonelius
NIM : 00000071062
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Demi Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Laporan Magang Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, 26 Mei 2025

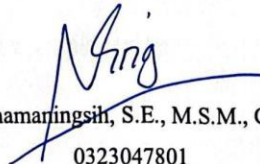
Pembimbing



Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D.

0316026404

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaringsih, S.E., M.S.M., CBO

0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* TANGCITY MALL, APARTEMEN SKANDINAVIA, DAN BRAND LAINNYA DI PT PANCAKARYA GRIYATAMA

Oleh

Nama : Richard Choonelius
NIM : 00000071062
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari, 5 Juni 2025
Pukul 15.00 s/d 16.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D.
0316026404

Penguji



Eko Agus Prasetyo Endarto, S.E., M.M.
0323047801

Ketua Program Studi Manajemen



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

iv

Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Brand Awareness Tangcity Mall, Apartemen Skandinavia, dan Brand Lainnya di PT Pancakarya Griyatama, Richard Choonelius, Universitas Multimedia Nusantara

iv

Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Brand Awareness Tangcity Mall, Apartemen Skandinavia, dan Brand Lainnya di PT Pancakarya Griyatama, Richard Choonelius, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Richard Choonelius

NIM : 00000071062

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 DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS TANGCITY MALL, APARTEMEN SKANDINAVIA, DAN BRAND LAINNYA DI PT PANCAKARYA GRIYATAMA

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,



(Richard Choonelius)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: “*PERAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS TANGCITY MALL, APARTEMEN SKANDINAVIA, DAN BRAND LAINNYA DI PT PANCAKARYA GRIYATAMA*” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M.) 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. 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., CBO., selaku Ketua Program Studi Bisnis Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Kristiner sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT Pancakarya Griyatama, yang menerima penulis untuk melakukan program MBKM
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Dengan penuh rasa hormat dan apresiasi, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan serta, memberikan dukungan, serta berbagai saran yang sangat berarti selama proses penyusunan laporan praktik kerja magang ini. Bantuan dan kontribusi yang saya terima sangat membantu dalam menyelesaikan tugas ini. Saya menyadari bahwa laporan ini belum sepenuhnya sempurna dan masih terdapat beberapa hal yang bisa diperbaiki. Harapan saya, laporan ini dapat memberikan nilai guna bagi pembaca serta memperluas pengetahuan di bidang yang berkaitan dengan isi laporan ini.

Tangerang, 27 Mei 2025



Richard Choonelius

**PERAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS TANGCITY MALL, APARTEMEN
SKANDINAVIA, DAN BRAND LAINNYA DI PT
PANCAKARYA GRIYATAMA**

(Richard Choonelius)

ABSTRAK

Laporan ini membahas penerapan strategi digital marketing dalam meningkatkan brand awareness pada berbagai unit bisnis yang dikelola oleh PT Pancakarya Griyatama, seperti Tangcity Mall, Apartemen Skandinavia, Rame Rame *Food Carnival*, dan lainnya. Program magang dilakukan oleh penulis di divisi *Digital Marketing* dengan tugas utama mencakup pembuatan artikel harian, pengelolaan media sosial, kolaborasi dengan *influencer*, desain materi promosi, serta pelaksanaan kampanye digital. Strategi pemasaran yang digunakan melibatkan platform seperti media sosial, *website*, dan event digital, dengan pendekatan konten visual dan naratif yang disesuaikan dengan karakteristik setiap brand. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan interaksi audiens, penguatan identitas *visual brand*, serta pertumbuhan kesadaran publik terhadap brand yang dipromosikan. Pengalaman magang ini memberikan pemahaman praktis dan mendalam mengenai peran *digital marketing* dalam industri properti, ritel, dan kuliner, serta memperkuat kesiapan penulis untuk berkarier di dunia pemasaran digital.

Kata kunci: *Digital Marketing, Brand Awareness, Strategi Konten*

**THE ROLE OF DIGITAL MARKETING IN INCREASING
BRAND AWARENESS OF TANGCITY MALL, APARTMENT
SKANDINAVIA, AND OTHER BRANDS AT PT PANCAKARYA
GRIYATAMA**

(Richard Choonelius)

ABSTRACT (English)

This report discusses the implementation of digital marketing strategies in increasing brand awareness in various business units managed by PT Pancakarya Griyatama, such as Tangcity Mall, Apartment Skandinavia, Rame Rame Food Carnival, and others. The internship program was carried out by the author in the Digital Marketing division with the main tasks including creating daily articles, managing social media, collaborating with influencers, designing promotional materials, and implementing digital campaigns. The marketing strategy used involved platforms such as social media, websites, and digital events, with a visual and narrative content approach that was tailored to the characteristics of each brand. The results of the activities showed an increase in audience interaction, strengthening the brand's visual identity, and growing public awareness of the promoted brand. This internship experience provided a practical and in-depth understanding of the role of digital marketing in the property, retail, and culinary industries, and strengthened the author's readiness for a career in digital marketing.

Keywords: *Digital Marketing, Brand Awareness, Content Strategy*

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.....	ix
<i>ABSTRACT (English)</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	2
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	6
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	6
2.1.1 Visi Misi	13
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	14
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	17
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	17
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	17
3.3 Kendala yang Ditemukan	51
Tantangan Selama Magang:.....	52
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	53
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	56
4.1 Simpulan.....	56
4.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR LAMPIRAN.....	61
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Brand Perusahaan	7
Tabel 2. 2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	18

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo PT Pancakarya Griyatama	6
Gambar 2. 2 Logo Apartemen Skandinavia.....	9
Gambar 2. 3 Logo Host by Skandinavia	9
Gambar 2. 4 Logo Fikarooms	10
Gambar 2. 5 Logo Rame Rame Food Carnival.....	11
Gambar 2. 6 Logo Umami Eats.....	11
Gambar 2. 7 Logo TC Property	12
Gambar 2. 8 Logo Tangcity.....	13
Gambar 2. 9 Struktur Perusahaan.....	14
Gambar 3. 1 Inspirasi Outfit Lebaran.....	22
Gambar 3. 2 Ide Desain Dapur Apartment yang Optimal dan Fungsional...23	
Gambar 3. 3 Tips Investasi Emas untuk Pemula di Tengah Kenaikan Harga.....	25
Gambar 3. 4 10 Kado Valentine Mewah Untuk Pasangan Anda.....	26
Gambar 3. 5 Rayakan Idul Fitri dengan Sajian Kue Kering Buatan Sendiri27	
Gambar 3. 6 10 Destinasi Wisata Luar Negeri yang Ramah di kantong, Cocok untuk Liburan Hemat.....	29
Gambar 3. 7 Awal Mula Gucci dan Perjalanannya Menjadi Ikon Fashion Dunia.....	30
Gambar 3. 8 Rekomendasi Tempat Nongkrong Kopi di Kota Tangerang...31	
Gambar 3. 9 Pesona Luxury Sport yang Mendefinisikan Gaya Hidup Mewah.....	32
Gambar 3. 10 Konten Berbagi Voucher di Tangcity Mall.....	34
Gambar 3. 11 Tempat Bukber di Tangcity Mall.....	35
Gambar 3. 12 Konten Google Review Berhadiah.....	36
Gambar 3. 13 Rekomendasi Tenant Baju Gamis di Tangcity.....	38
Gambar 3. 14 Konten Valentine's Day di Tangcity Mall.....	39
Gambar 3. 15 Konten Tenant Brand Baju FOD.....	40
Gambar 3. 16 Potential Influencer.....	41
Gambar 3. 17 Design Promotion.....	42
Gambar 3. 18 Press Release Acara.....	43
Gambar 3. 19 Dekorasi Ramadhan.....	45
Gambar 3. 20 DM Pengunjung Tangcity Mall.....	46
Gambar 3. 21 Acara 1000 Senyum 1000 Keberkahan.....	47
Gambar 3. 22 Dokumentasi Liga Pensi.....	48
Gambar 3. 23 Dokumentasi Acara Uji Emisi Gratis di Tangcity Mall.....	49
Gambar 3. 24 Membersihkan Showunit Apartment Skandinavia.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	61
B. Kartu MBKM (MBKM 02).....	62
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	63
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	75
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA)	76
F. Lampiran pengecekan hasil Turnitin.....	77
G. Lembar Konsultasi Bimbingan.....	81
H. Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM.....	82