

**PERAN MARKETING COMMUNICATION DALAM
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI HOTEL
MERCURE SERPONG ALAM SUTERA**



LAPORAN MBKM

PETRUS BONAVENTURA RATUANIK

00000073443

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

**PERAN MARKETING COMMUNICATION DALAM
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI HOTEL
MERCURE SERPONG ALAM SUTERA**



LAPORAN MBKM

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S. M.)**

PETRUS BONAVENTURA RATUANIK

00000073443

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

Peran marketing communication dalam meningkatkan brand awareness di Hotel Mercure Serpong
Alam Sutera

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Petrus Bonaventura Ratuanik
NIM : 00000073443
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktek kerja magang :

Nama Perusahaan : Mercure Serpong Alam Sutera
Divisi : Sales & Marketing
Alamat : Jl. Alam Sutera Boulevard, Kav23, Kec.
Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan,
Banten 15325
Periode Magang : 21 Januari 2025 – 21 Juli 2025
Pembimbing Lapangan : Ai Nanaevania Pribadi

Laporan Magang dengan judul:

“Peran marketing communication dalam meningkatkan brand awareness di Hotel Mercure Serpong Alam Sutera” merupakan karya asli saya dan bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain. Semua sumber yang saya kutip dan rujuk telah saya sebutkan dengan tepat dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti ada kecurangan atau penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi berupa pernyataan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya jalani.

Tangerang, 26 Mei 2025



Petrus Bonaventura Ratuanik

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang Dengan Judul

Peran marketing communication dalam meningkatkan brand awareness di Hotel Mercure Serpong Alam Sutera

Ditulis Oleh

Nama : Petrus Bonaventura Ratuanik
NIM : 00000073443
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari
Pukul 08.00 s/d 09.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



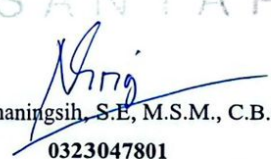
Boby Arinto, S.E., M.M., CDM
0323057005

Penguji



Felix Sutisna, S.E., M.M.
0307067701

Ketua Program Studi Manajemen



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

Peran marketing communication dalam meningkatkan brand awareness di Hotel Mercure Serpong
Alam Sutera

3

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Petrus Bonaventura Ratuanik

NIM : 00000073443

Program Studi : Management

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : Laporan MBKM

Dalam rangka mendukung pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan persetujuan kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk menggunakan karya ilmiah saya yang berjudul:

Peran marketing communication dalam meningkatkan brand awareness di Hotel Mercure Serpong Alam Sutera

Beserta perangkat pendukungnya (jika diperlukan), saya memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif kepada Universitas Multimedia Nusantara. Dengan hak ini, Universitas berwenang untuk menyimpan, mengubah media atau format, mengelola dalam bentuk pangkalan data, memelihara, serta mempublikasikan tugas akhir saya, selama nama saya tetap dicantumkan sebagai penulis atau pemilik Hak Cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Tangerang, 2 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Petrus Bonaventura Ratuanik)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat melaksanakan kegiatan magang di Mercure Serpong Alam Sutera dengan baik. Penulis juga bersyukur atas selesainya penulisan laporan MBKM ini yang berjudul: **“Peran Marketing Communication dalam Meningkatkan Brand Awareness di Hotel Mercure Serpong Alam Sutera.”** Laporan ini disusun sebagai bagian dari syarat kelulusan dalam mata kuliah magang dan untuk memperoleh gelar Strata 1 di Universitas Multimedia Nusantara.

Selama periode magang yang berlangsung dari tanggal 21 Januari 2025 hingga 21 Juli 2025, penulis berkesempatan untuk mendalami berbagai aspek dalam bidang Marketing Communication. Pengalaman berharga ini tidak hanya memperkaya pengetahuan penulis, tetapi juga memberikan wawasan mendalam mengenai praktik dan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan di industri perhotelan.

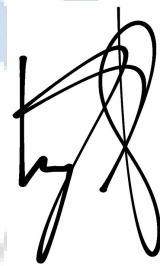
Penyusunan laporan ini tidak lepas dari dukungan dan bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

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 yang telah memberikan dukungan dan arahan selama proses magang berlangsung.
4. Bobby Arinto, S.E., M.M., CDM, selaku Dosen Pembimbing Magang yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, masukan, dan motivasi hingga laporan ini dapat terselesaikan.

5. Ai Nanaevania Pribadi, selaku Pembimbing Lapangan yang dengan sabar membimbing dan memberikan arahan selama pelaksanaan magang MBKM.
6. Kepada Manajemen dan seluruh staf Hotel Mercure Serpong Alam Sutera yang telah memberikan kesempatan dan pengalaman berharga selama masa magang berlangsung.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
8. Kepada **keluarga tercinta** atas segala dukungan moral dan material yang telah diberikan, serta kepada **teman-teman** yang senantiasa menemani, membantu, dan memberikan semangat selama proses magang hingga penyusunan laporan ini selesai.

Sebagai penutup, penulis berharap laporan magang ini dapat memberikan manfaat dan menjadi sumber informasi yang berguna bagi pembaca di masa mendatang. Penulis menyadari adanya keterbatasan dalam penyusunan laporan ini dan terbuka terhadap kritik serta saran yang konstruktif untuk penyempurnaan di kemudian hari.

Tangerang, 2 Juni 2025



Petrus Bonaventura Ratuanik

Peran marketing communication dalam meningkatkan brand awareness di Hotel Mercure Serpong Alam Sutera

ABSTRAK

Mercure Serpong Alam Sutera adalah hotel bintang 4 yang terkemuka di kawasan Serpong, yang menawarkan berbagai layanan akomodasi dan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan para tamu.

Praktek kerja magang (internship) ini merupakan salah satu kewajiban bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara sebagai syarat kelulusan. Pelaksanaan praktek kerja magang yang dilakukan penulis berlangsung dari tanggal 21 Januari 2025 hingga 21 Juli 2025. Tujuan dari praktek kerja magang ini adalah untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi dunia kerja profesional dan menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan.

Selama magang, penulis berperan aktif di departemen Sales & Marketing sebagai Marketing Communication, di mana penulis terlibat dalam berbagai proyek yang berkaitan dengan promosi dan branding hotel. Tugas yang diemban mencakup pengelolaan konten digital, perencanaan kampanye pemasaran, menjalin kemitraan dengan pihak eksternal dan kolaborasi dengan KOL serta kolaborasi dengan tim untuk meningkatkan engagement dengan pelanggan. Laporan ini disusun untuk memberikan gambaran mengenai penerapan strategi komunikasi pemasaran di Mercure Serpong Alam Sutera, serta untuk menganalisis efektivitas metode yang digunakan. Penulis juga menyertakan rekomendasi berdasarkan pengalaman yang diperoleh selama masa magang, dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan departemen.

Kata Kunci : Marketing Communication, Konten Digital, Patnership, Strategi Pemasaran

The Role of Marketing Communication in Increasing Brand Awareness at Hotel Mercure Serpong Alam Sutera

ABSTRACT

Mercure Serpong Alam Sutera is a prominent 4-star hotel located in the Serpong area, offering a variety of accommodation services and facilities to meet the needs of its guests.

This internship is a requirement for students at Multimedia Nusantara University as part of their graduation criteria. The internship took place from January 21, 2025, to July 21, 2025. The purpose of this internship is to prepare students for the professional work environment and to apply the knowledge gained during their studies.

During the internship, the author actively participated in the Sales & Marketing department as a Marketing Communication intern, where the author was involved in various projects related to the promotion and branding of the hotel. Responsibilities included managing digital content, planning marketing campaigns, establishing partnerships with external parties, collaborating with Key Opinion Leaders (KOLs), and working with the team to enhance customer engagement. This report is prepared to provide an overview of the implementation of marketing communication strategies at Mercure Serpong Alam Sutera and to analyze the effectiveness of the methods used. The author also includes recommendations based on the experiences gained during the internship, with the hope of contributing positively to the development of the department.

Keywords: Marketing Communication, Digital Content, Partnership, Marketing Strategy

DAFTAR ISI

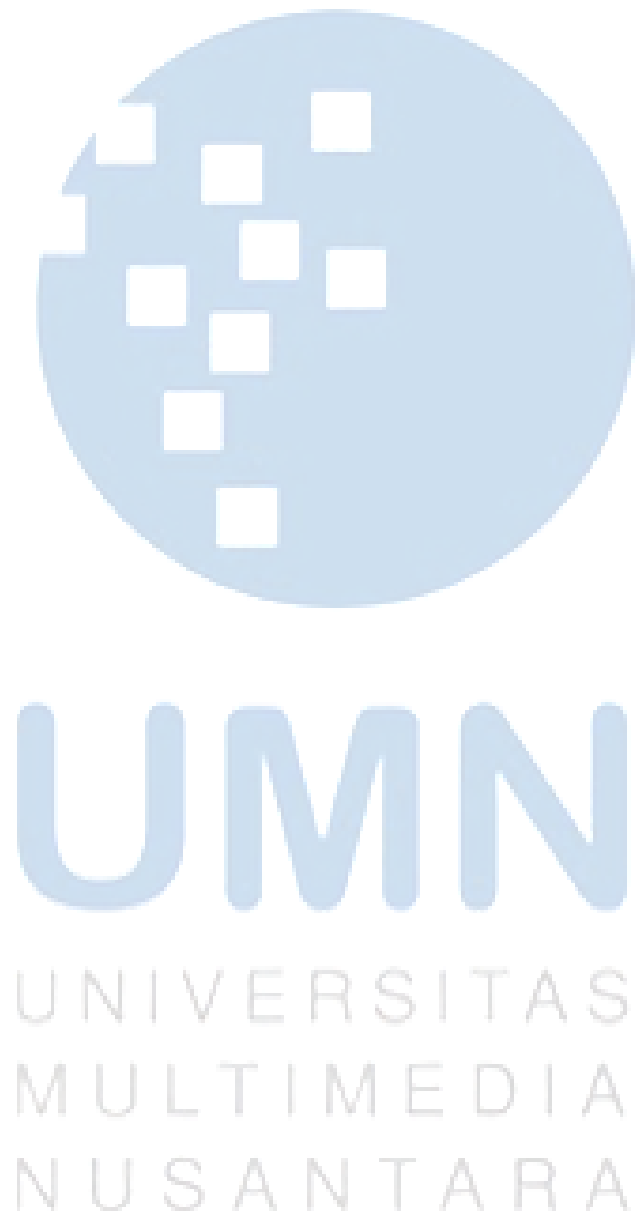
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	3
HALAMAN PENGESAHAN.....	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	5
KATA PENGANTAR.....	6
ABSTRAK.....	8
ABSTRACT.....	9
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR TABEL	
Tabel 3.2. Uraian Tugas Asisten Marcomm Hotel Mercure Alam Sutera	54.12
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	14
BAB I	
PENDAHULUAN.....	15
1.1 Latar Belakang.....	15
Magang merupakan bagian integral dari kurikulum akademik yang dirancang untuk memberikan mahasiswa pengalaman praktis di dunia kerja. Melalui program magang, mahasiswa tidak hanya dapat mengembangkan keterampilan yang relevan dengan bidang studi mereka, tetapi juga memahami dinamika dan tantangan yang ada di lapangan. Kegiatan ini memberikan kesempatan untuk menerapkan teori yang telah dipelajari di kampus dalam situasi nyata, sehingga meningkatkan kompetensi profesional mahasiswa.....	15
1.1.1 TUJUAN MAGANG.....	16
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	17
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	18
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	20
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	20
2.1.1 Sejarah Singkat Terbentuknya Mercure Serpong Alam Sutera.....	20
2.1.2 Company Profile.....	21
2.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	24
2.1.4 Nilai (Value).....	24
2.1.5 Logo Hotel Mercure.....	25
2.1.6 Bagian/Divisi.....	25
2.1.7 Akomodasi.....	26
Tabel 2.1 Tipe & Ukuran Kamar Mercure Serpong Alam Sutera.....	27
2.2 Struktur Organisasi Hotel Mercure Serpong Alam Sutera.....	27
Gambar 2.2.2 Sales & Marketing Team.....	29
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	35
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	35

Gambar 3.1.1 Alur Koordinasi Selama Magang.....	36
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	36
Gambar 3.2.1 Akun Instagram Mercure Alam Sutera.....	37
Gambar 3.2.3 Memo Weekend Fiesta Kids Activity.....	45
Gambar 3.2.4 Team Rempah Raya Iftar Event.....	49
3.2.6 Gambar Penulis bersama para media yang meliput.....	52
3.2.7 Gambar penulis mengikuti Accor Gathrings.....	53
Tabel 3.2. Uraian Tugas Asisten Marcomm Hotel Mercure Alam Sutera	59
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	63
3.3.1 Rentang Product Knowledge yang Luas.....	64
3.3.2 Kebutuhan Public Speaking yang Intensif.....	64
3.3.3 Penyesuaian dengan Ritme Kerja yang Dinamis dan Padat.....	64
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	65
3.4.1 Solusi untuk Kendala Product Knowledge yang Luas.....	65
3.4.2 Solusi untuk Kendala Public Speaking.....	65
3.4.3 Solusi untuk Ritme Kerja yang Dinamis dan Padat.....	66
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN.....	67
4.1 Simpulan.....	67
4.2 Saran.....	68
4.2.1 Untuk Perusahaan.....	68
4.2.2 Untuk Universitas.....	69
4.2.3 Untuk Mahasiswa yang Akan Magang.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	74



DAFTAR TABEL

Tabel 3.2. Uraian Tugas Asisten Marcomm Hotel Mercure Alam Sutera 54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2.1 Struktur Organisasi Hotel Mercure Serpong Alam Sutera	25
Gambar 2.2.2 Sales & Marketing Team	27
Gambar 3.1.1 Alur Koordinasi Selama Magang	34
Gambar 3.2.1 Akun Instagram Mercure Alam Sutera	35
Gambar 3.2.2 Melakukan Kerja Sama dengan Influencer	39
Gambar 3.2.3 Memo Weekend Fiesta Kids Activity	43
Gambar 3.2.4 Team Rempah Raya Iftar Event	47
Gambar 3.2.5 Suasana pada saat event Rempah Raya Iftar sedang brlsg	47
Gambar 3.2.6 Penulis bersama para media yang meliput	50
Gambar 3.2.7 penulis mengikuti Accor Gathrings	51
Gambar 3.2.8 Special Dish yang dibawaikan setiap hotel	52
Gambar 3.2.9 Perwakilan Sales&Marketing dari setiap hotel Accor	53
Gambar 3.2.10 Reels Campaign 60 Earth Hour @mercurealamsutera	56
Gambar 3.2.11 Insight Reels Instagram @Mercurealamsutera	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A - Surat Pengantar MBKM - MBKM 01

Lampiran B - Kartu MBKM - MBKM 02

Lampiran C - Daily Task MBKM - MBKM 03

Lampiran D - Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04

Lampiran E -Surat Penerimaan MBKM (LoA)

Lampiran F - Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin

