

**AKTIVITAS PEMASARAN DAN BRANDING DIGITAL PT
TRINITI MENARA SERPONG**



LAPORAN MAGANG

FELICIA ARIFIN

00000065178

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

**AKTIVITAS PEMASARAN DAN BRANDING DIGITAL PT TRINITI
MENARA SERPONG**



LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

FELICIA ARIFIN

00000065178

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : FELICIA ARIFIN

Nomor Induk Mahasiswa : 00000065178

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

AKTIVITAS PEMASARAN DAN BRANDING DIGITAL PT TRINITY MENARA 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, 3 Juli 2025



FELICIA ARIFIN

UMMA
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul
AKTIVITAS PEMASARAN DAN BRANDING DIGITAL PT TRINITI

MENARA SERPONG

Oleh

Nama : FELICIA ARIFIN

NIM : 00000065178

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 3 Juli 2025

Pembimbing



Dr. Henilia Yulita SE., MM., M.I.
NIDN 0320077803

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
AKTIVITAS PEMASARAN DAN BRANDING DIGITAL PT TRINITI

MENARA SERPONG

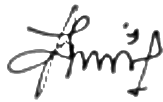
Oleh

Nama : FELICIA ARIFIN
NIM : 00000065178
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 3 Juni 2025
Pukul 16.00 s.d 17.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Henilia Yulita SE., MM., M.I. Kom
NIDN 0320077803

Penguji



2025.07.
09
21:31:59
+07'00'

Dian Nuranindya, S.E., M.Si..
NIDN 0314128502.

Pembimbing



Dr. Henilia Yulita SE., MM., M.I. Kom
NIDN 0320077803

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : FELICIA ARIFIN

NIM : 00000065178

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

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:

AKTIVITAS PEMASARAN DAN BRANDING DIGITAL PT TRINITI MENARA SERPONG

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan laporan magang saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 20 Juni 2025

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA


(FELICIA ARIFIN)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“AKTIVITAS PEMASARAN DAN BRANDING DIGITAL PT TRINITI MENARA SERPONG” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari sepenuhnya bahwa laporan magang ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik selama masa studi maupun proses penyusunannya. Oleh karena itu, saya menyampaikan terima kasih kepada:

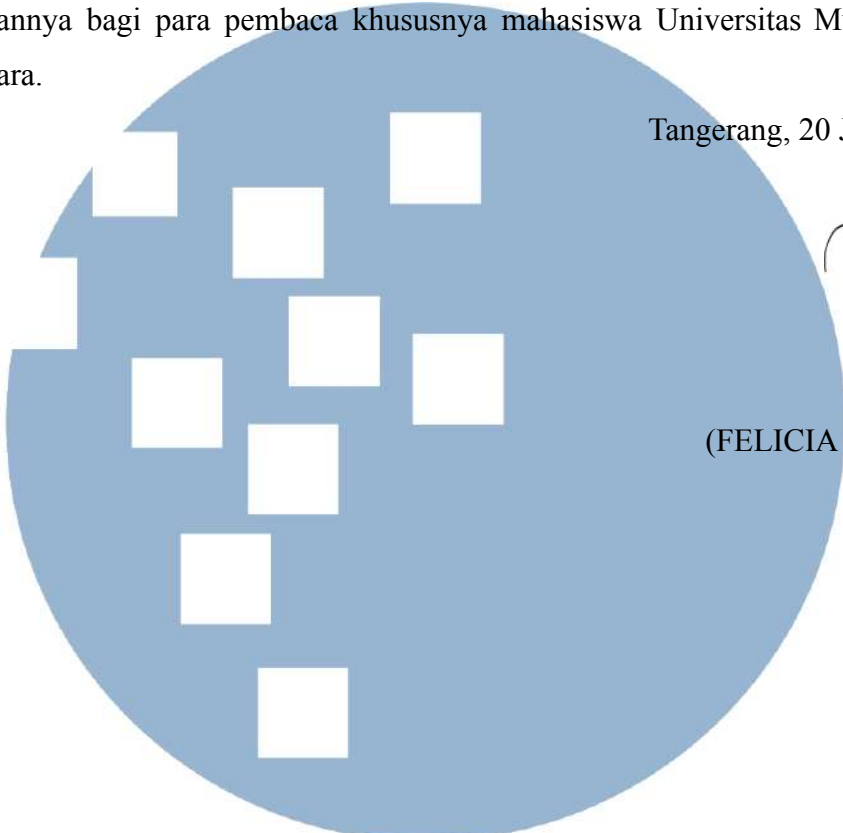
1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Ibu Dr. Henilia Yulita SE., MM., M.I. Kom, sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Ibu Jessica Bianda S. Ds, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
7. Ibu Mikha Jessica S.I.Kom, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini/
9. Teman-teman di kampus yang selalu membantu penulis, menyemangati dan memberikan arahan.

Semoga laporan ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 20 Juni 2025



(FELICIA ARIFIN)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS PEMASARAN DAN BRANDING DIGITAL PT TRINITI MENARA SERPONG

FELICIA ARIFIN

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan industri pemasaran digital dalam sepuluh tahun terakhir telah mendorong banyak perusahaan untuk mengadopsi teknologi guna menciptakan kampanye pemasaran yang lebih efektif, efisien, dan terukur. Salah satu perusahaan yang aktif bertransformasi dalam bidang ini adalah PT Trinit Menara Serpong, sebuah perusahaan properti terkemuka yang berbasis di Tangerang. Tujuan dari kegiatan kerja magang ini adalah untuk mengimplementasikan konsep-konsep pemasaran yang telah dipelajari di perkuliahan ke dalam praktik nyata dalam konteks pemasaran digital. Selama menjalani magang di posisi *Marketing Communication Intern*, penulis terlibat secara langsung dalam berbagai kegiatan pemasaran seperti pembuatan konten untuk media sosial dan *Event Management*. Salah satu kendala utama yang dihadapi selama magang adalah adanya kesenjangan antara teori pemasaran yang diperoleh di bangku kuliah dan praktik di lapangan, terutama terkait penggunaan teknologi dan pemanfaatan platform digital secara strategis. Setelah menjalani masa magang selama enam bulan, penulis menyimpulkan bahwa strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh perusahaan terbukti efektif serta memberikan wawasan dan pengalaman berharga dalam mengelola kampanye pemasaran properti berbasis teknologi secara profesional.

Kata kunci: *Pemasaran Digital, PT Trinit Menara Serpong, Marketing Communication, Teknologi, Platform Digital.*

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DIGITAL MARKETING AND BRANDING ACTIVITIES AT PT TRINITY MENARA SERPONG

FELICIA ARIFIN

ABSTRACT

The rapid development of the digital marketing industry in the last ten years has encouraged many companies to adopt technology to create more effective, efficient, and measurable marketing campaigns. One company that is actively transforming in this field is PT Trinita Menara Serpong, a leading property company based in Tangerang. The purpose of this internship is to implement marketing concepts that have been learned in lectures into real practice in the context of digital marketing. During the internship in the Marketing Communication Intern position, the author was directly involved in various marketing activities such as content creation for social media and Event Management. One of the main obstacles faced during the internship was the gap between the marketing theory obtained in college and practice in the field, especially related to the use of technology and strategic use of digital platforms. After undergoing a six-month internship, the author concluded that the digital marketing strategy implemented by the company was proven to be effective and provided valuable insights and experience in managing technology-based property marketing campaigns professionally.

Keywords: Digital Marketing, PT Trinita Menara Serpong, Marketing Communication, Technology, Digital Platform.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	2
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	2
HALAMAN PENGESAHAN.....	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	5
KATA PENGANTAR.....	6
ABSTRAK.....	8
ABSTRACT.....	9
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR LAMPIRAN.....	13
BAB I	
PENDAHULUAN.....	16
BAB II	
GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI.....	23
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	27
BAB IV	
KESIMPULAN DAN SARAN.....	40
DAFTAR PUSTAKA.....	42
LAMPIRAN.....	45
HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN PERUSAHAAN.....	63

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

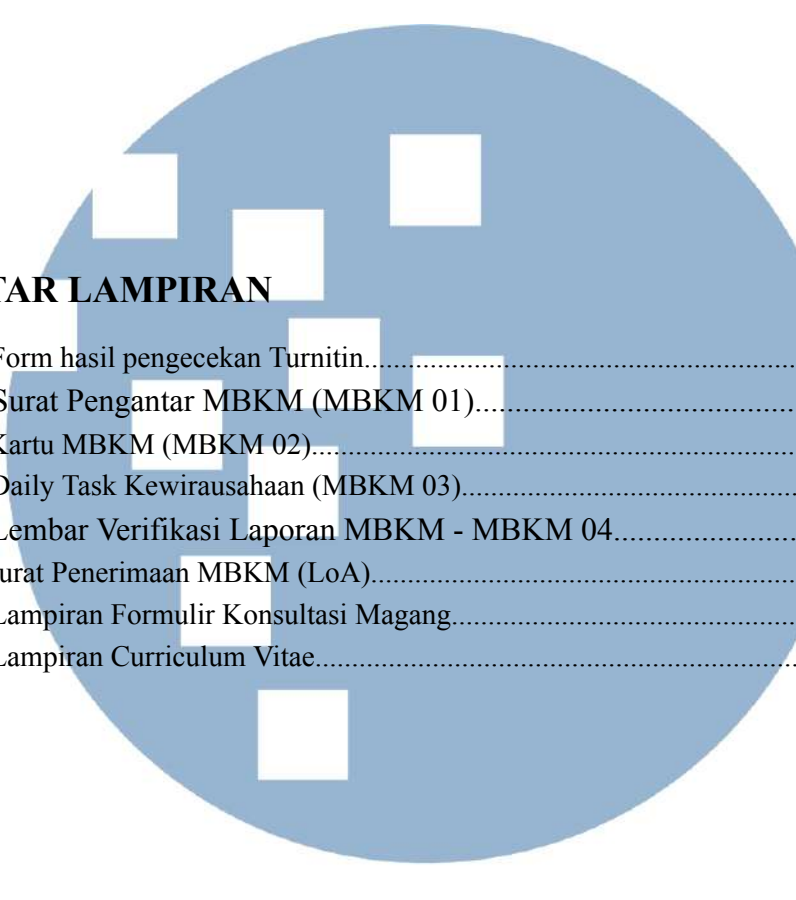
Gambar 1.1 Pertumbuhan Digital Marketing	16
Tabel 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan	21
Tabel 3.2 Uraian Kerja Magang	28
Tabel 3.1 Tugas Utama Marketing Communication	29



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Digital Marketing.....	17
Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT Trinita Menara Serpong.....	25
Gambar 2.1 Struktur Divisi Sales & Marketing PT Trinita Menara Serpong.....	26
Gambar 3.1 Struktur Divisi Marketing.....	27
Gambar 3.2.2 Proses Pengerjaan Social Media Content Creator.....	31
Gambar 3.2.2 Contoh Konten Media Sosial yang sudah dikerjakan.....	32
Gambar 3.2.2 Laporan Data Iklan.....	33
Gambar 3.2.2 Reporting Budget.....	34
Gambar 3.2.2 Event GALA Langham.....	36
Gambar 3.2.3 Special Open House Workshop.....	37
Gambar 3.2.3 Padel Event.....	38
A. Form hasil pengecekan Turnitin.....	45
B. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	47
C. Kartu MBKM (MBKM 02).....	48
D. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03).....	49
E. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04.....	59
F. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	60
G. Lampiran Formulir Konsultasi Magang.....	61
H. Lampiran Curriculum Vitae.....	62





DAFTAR LAMPIRAN

A. Form hasil pengecekan Turnitin.....	45
B. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	47
C. Kartu MBKM (MBKM 02).....	48
D. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03).....	49
E. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04.....	59
F. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	60
G. Lampiran Formulir Konsultasi Magang.....	61
H. Lampiran Curriculum Vitae.....	62

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA