

**AKTIVITAS *DIRECT MARKETING* DALAM PROGRAM  
STYLES DI PT LIPPO MALLS INDONESIA**



**LAPORAN MAGANG**

**GABRIEL FELICIA**

**00000065062**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2025**

**AKTIVITAS *DIRECT MARKETING* DALAM PROGRAM  
STYLES DI PT LIPPO MALLS INDONESIA**



**GABRIEL FELICIA**

**00000065062**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2025**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Gabriel Felicia

Nomor Induk Mahasiswa 00000065062

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

### **AKTIVITAS *DIRECT MARKETING* DALAM PROGRAM STYLES DI PT LIPPO MALLS INDONESIA**

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 magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 05 Juni 2025



(Gabriel Felicia)

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

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul  
**AKTIVITAS *DIRECT MARKETING* DALAM PROGRAM STYLES DI PT LIPPO  
MALLS INDONESIA**

Oleh

Nama : Gabriel Felicia  
NIM : 00000065062  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 18 Juli 2025

Pukul 15.00 s.d 16.00 dan dinyatakan

**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom.,  
M.I.Kom.

NIDN 0327019001

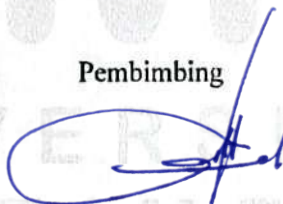
Penguji



Dr. Indiwana Seto Wahyu Wibowo,  
M.Si.

NIDN 0308036601

Pembimbing



Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIDN 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by Cendera  
Rizky Anugrah Bangun  
Date: 2025.07.25 12:28:00  
+07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

iii

Aktivitas *Direct Marketing*..., Gabriel Felicia, Universitas Multimedia Nusantara

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Gabriel Felicia  
NIM : 00000065062  
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 *DIRECT MARKETING* DALAM PROGRAM STYLES DI PT LIPPO MALLS INDONESIA**

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 pemegang dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 5 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Gabriel Felicia)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

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

**“AKTIVITAS *DIRECT MARKETING* DALAM PROGRAM STYLES DI PT LIPPO MALLS INDONESIA”** 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 Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing magang yang telah memberikan arahan, saran, serta masukan berharga dalam proses penyusunan laporan ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
7. PT Lippo Malls Indonesia yang memberikan kesempatan untuk pekerja magang melaksanakan kerja magang.
8. Bu Meily Anggraini selaku supervisor yang membimbing dan memberikan banyak pengalaman kepada pekerja magang.



9. Keycia Amanda H, Jessie Yenca V, dan seseorang yang identik dengan kata “dunia” yang selalu mendengarkan keluhan kesah dan mendukung pekerja magang
10. *Secret Place* yang selalu ada menemani, menyertai dan menjadi tempat segala keluhan kesah berlabuh.

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

Tangerang, 5 Juni 2025



(Gabriel Felicia)

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION* DALAM PROGRAM STYLES DI PT LIPPO MALLS INDONESIA

Gabriel Felicia

## ABSTRAK

Mal masih menjadi salah satu tempat favorit masyarakat Indonesia. Sehingga, jumlah mal di Indonesia terus bertambah dan muncul persaingan yang ketat. Banyaknya pilihan mal ini yang membuat peluang pelanggan berpindah antar satu mal dengan yang lainnya. Oleh karena itu, *loyalty program* sangat berperan penting dalam menjaga kesetiaan pelanggan. PT Lippo Malls Indonesia dipilih sebagai tempat magang untuk menambah wawasan dan mengimplementasikan pengetahuan tentang *Direct Marketing & Customer Relation Management* melalui keterlibatan langsung dalam *loyalty program* STYLES. PT Lippo Malls Indonesia merupakan salah satu perusahaan dan pengelola pusat perbelanjaan (mal) yang memiliki *loyalty program* bernama STYLES. Selama pelaksanaan magang sebagai *Marketing Communication Intern* di STYLES, pekerja magang bertanggung jawab sebagai *customer care* dan menangani *customer loyalty*. Pekerja magang menerapkan *Direct Marketing & Customer Relation Management*, *Sales Promotion*, dan *Social Media Marketing*. Selama kerja magang berlangsung, ditemukan beberapa kendala seperti kurangnya pengetahuan atas *product knowledge*, kesulitan dalam penggunaan *Outlook*, dan beberapa perbedaan dari istilah yang digunakan. Akan tetapi, kendala tersebut dapat ditangani dengan mempelajari *product knowledge* setiap hari, penggunaan *search engine* untuk mendapatkan informasi mengenai *Outlook*, dan memastikan langsung kepada supervisi atas istilah terkait.

**Kata kunci:** *Direct Marketing*, *Loyalty Program* *Customer Loyalty*, STYLES, Lippo Malls Indonesia

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



# MARKETING COMMUNICATION ACTIVITIES OF STYLES PROGRAM AT PT LIPPO MALLS INDONESIA

Gabriel Felicia

## **ABSTRACT**

*Malls are still one of the many favorite places for Indonesian people. Because of that, the number of malls in Indonesia continues to grow and there are intense competitions. The large number of mall choices creates opportunities for customers to move from one mall to another. Therefore, loyalty program have an important role in maintaining customer loyalty. PT Lippo Malls Indonesia was chosen as an internship place to gain insight and implement knowledge about Direct Marketing & Customer Relation Management through direct involvement in STYLES loyalty program. PT Lippo Malls Indonesia is one of the companies and shopping mall developers that have a loyalty program called STYLES. During the internship as STYLES Marketing Communication, the intern was responsible for customer care and handling customer loyalty. The intern applied Direct Marketing & Customer Relation Management, Sales Promotion, and Social Media Marketing. During the internship, several challenges were found, such as the lack of product knowledge, difficulty in using the Outlook app, and some difference in terms that were used. However, these challenges can be handled by learning product knowledge every day, using search engines to get information about Outlook, and checking directly with the supervisor on the related terms.*

**Keywords:** *Direct Marketing, Loyalty Program Customer Loyalty, STYLES, Lippo Malls Indonesia*

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

## DAFTAR ISI

|                                                                                |      |
|--------------------------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....                                          | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                                        | iii  |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK<br>KEPENTINGAN AKADEMIS ..... | vi   |
| KATA PENGANTAR.....                                                            | v    |
| ABSTRAK.....                                                                   | vii  |
| ABSTRACT.....                                                                  | viii |
| DAFTAR ISI .....                                                               | ix   |
| DAFTAR TABEL .....                                                             | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                            | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                                           | xii  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                                        | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                                                       | 1    |
| 1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang.....                            | 7    |
| 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....                           | 7    |
| 1.3.1 Waktu dan Pelaksanaan Kerja Magang.....                                  | 7    |
| 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....                                   | 8    |
| BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI.....                                | 11   |
| 2.1 Tentang PT Lippo Malls Indonesia .....                                     | 11   |
| 2.2 Visi Misi PT Lippo Malls Indonesia.....                                    | 14   |
| 2.3 Struktur Organisasi PT Lippo Malls Indonesia...                            | 15   |
| BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG....                                           | 19   |
| 3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang....                                           | 19   |
| 3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang .....                                  | 21   |
| 3.2.1 Tugas Kerja Magang....                                                   | 21   |
| 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....                                     | 23   |

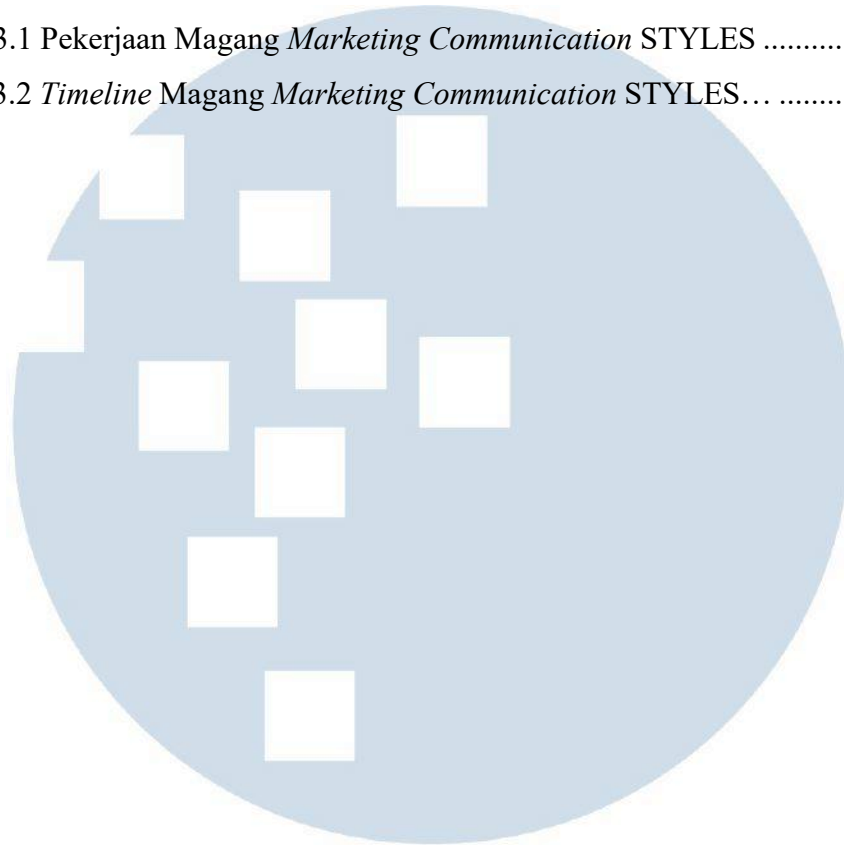
|                           |           |
|---------------------------|-----------|
| 3.2.3 Kendala Utama...    | 50        |
| 3.2.4 Solusi...           | 52        |
| <b>BAB IV SIMPULAN...</b> | <b>53</b> |
| 4.1 Simpulan...           | 53        |
| 4.2 Saran...              | 54        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA...</b>  | <b>56</b> |
| <b>LAMPIRAN...</b>        | <b>60</b> |



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pekerjaan Magang *Marketing Communication* STYLES .....21

Tabel 3.2 *Timeline* Magang *Marketing Communication* STYLES... .....23



# UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Pilihan Destinasi Wisata Masyarakat...                           | 1  |
| Gambar 1.2 Kunjungan Mal di Jakarta yang Tercatat di PeduliLindungi...      | 3  |
| Gambar 1.3 Data Pengguna Internet & Media Sosial di Indonesia Tahun 2024... | 3  |
| Gambar 2.1 Logo Lippo Malls...                                              | 11 |
| Gambar 2.2 Logo STYLES...                                                   | 12 |
| Gambar 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan...                                | 15 |
| Gambar 2.4 Struktur Departemen Marketing...                                 | 14 |
| Gambar 3.1 Alur Kerja Magang Marketing Communication...                     | 19 |
| Gambar 3.2 List Mall Validate Earning Request...                            | 24 |
| Gambar 3.3 Tampilan Validate Earning Request...                             | 25 |
| Gambar 3.4 Tampilan Validate Earning Request...                             | 25 |
| Gambar 3.5 Tangkapan Layar Chat dengan Customer...                          | 27 |
| Gambar 3.6 Tangkapan Layar Chat dengan Customer...                          | 28 |
| Gambar 3.7 Tangkapan Layar Chat dengan Customer...                          | 29 |
| Gambar 3.8 Tampilan Portal CMS...                                           | 29 |
| Gambar 3.9 Tampilan Portal Loyalto...                                       | 29 |
| Gambar 3.10 Chat Group Styles Eskalasi...                                   | 30 |
| Gambar 3.11 Report Customer Care April 2025...                              | 31 |
| Gambar 3.12 Jadwal Pencarian Materi Whats On...                             | 33 |
| Gambar 3.13 Tampilan Whats On...                                            | 34 |
| Gambar 3.14 Tampilan Whats On...                                            | 34 |
| Gambar 3.15 Tampilan Whats On...                                            | 35 |
| Gambar 3.16 Tampilan Whats On by Request...                                 | 35 |
| Gambar 3.17 Wordingan Description...                                        | 36 |
| Gambar 3.18 Tampilan Customer...                                            | 36 |
| Gambar 3.19 Program Mandiri x STYLES...                                     | 38 |
| Gambar 3.20 Program Mandiri x STYLES...                                     | 39 |
| Gambar 3.21 Program Mandiri x STYLES...                                     | 39 |
| Gambar 3.22 Program IQOS x STYLES...                                        | 40 |
| Gambar 3.23 Screenshot Keyword Free Parking...                              | 42 |
| Gambar 3.24 Request E-mail Blast Summer Vacation...                         | 44 |
| Gambar 3.25 Request E-mail Blast BOGA...                                    | 45 |
| Gambar 3.26 Whatsapp Blast BOGA...                                          | 45 |
| Gambar 3.27 E-mail Blast Summer Vacation...                                 | 46 |
| Gambar 3.28 Request Key Visual Daebak Dip...                                | 48 |
| Gambar 3.29 Request Key Visual Voucher Cinepolis...                         | 49 |
| Gambar 3.30 Caption Konten STYLESFINITY...                                  | 50 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| Lampiran A Surat Pengantar MBKM 01...                               | 58 |
| Lampiran B Kartu MBKM 02...                                         | 59 |
| Lampiran C <i>Daily Task</i> MBKM 03...                             | 60 |
| Lampiran D Lembar Verifikasi MBKM 04...                             | 61 |
| Lampiran E Formulir Konsultasi Magang...                            | 62 |
| Lampiran F Surat Penerimaan Magang...                               | 63 |
| Lampiran G Hasil Karya Tugas...                                     | 65 |
| Lampiran H Dokumentasi Selama Magang di PT Lippo Malls Indonesia... | 66 |
| Lampiran I Hasil Turnitin...                                        | 67 |
| Lampiran J <i>Curriculum Vitae</i> ...                              | 68 |

