

LAPORAN KERJA PRAKTIK

PERAN DIVISI MARKETING KOMUNIKASI PT SUKSES BERSAMA KENCANA SATYA DI SUNRISE MALL MOJOKERTO DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS



Oleh:

PRAYSON SOLAVIDE PANJAITAN

NRP: 1423022013

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2025**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

PERAN DIVISI MARKETING KOMUNIKASI PT SUKSES BERSAMA KENCANA SATYA DI SUNRISE MALL MOJOKERTO DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memproleh Gelar Sarjana

Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



Oleh:

PRAYSON SOLAVIDE PANJAITAN

NRP: 1423022013

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2025**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Prayson Solavide Panjaitan

NRP : 1423022013

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam Laporan Kerja Praktik berjudul:

**“PERAN DIVISI MARKETING KOMUNIKASI PT SUKSES BERSAMA KENCANA
SATYA DI SUNRISE MALL MOJOKERTO DALAM MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS”**

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipankarya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumber nya. Apabila dikemudian hari di temukanada nya plagiasi maka saya rela gelar sarjana saya di cabut,

Surabaya, 20 Oktober 2025

Penulis,



Prayson Solavide Panjaitan

NRP: 1423022013

HALAMAN PERSETUJUAN

PERAN DIVISI MARKETING KOMUNIKASI PT SUKSES BERSAMA
KENCANA SATYA DI SUNRISE MALL MOJOKERTO DALAM
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

OLEH: PRAYSON SOLAVIDE PANJAITAN

NRP: 1423022013

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



Putra Aditya Lapalelo, S.I.Kom., M.Med Kom

NIDN : 0731039501

TANGGAL: 15 OKTOBER 2025

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



Dr. Emsensius Yuli Purnama, S.Sos. M.Med.Kom.
NIDN. 0719078401

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH:
PRAYSON SOLAVIDE PANJAITAN NRP: 1423022013

TELAH DIUJI PADA TANGGAL 07 OKTOBER 2025 DAN DINYATAKAN
LULUS OLEH TIM PENGUJI KETUA

TIM PENGUJI



Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0707078607

MENGETAHUI;

DEKAN,




Dr. Fransiskus Yuli Purnama S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN.0719078401

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS) :

Nama : Prayson Solavide Panjaitan

NRP : 1423022013

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini SETUJU karya ilmiah saya dengan judul :

“PERAN DIVISI MARKETING KOMUNIKASI PT SUKSES BERSAMA KENCANA SATYA DI SUNRISE MALL MOJOKERTO DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS”

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 Oktober 2025

Yang menyatakan



Prayson Solavide Panjaitan

NRP. 1423022013

KATA PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa terima kasih, karya sederhana ini saya persembahkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa yang selalu memberikan berkah, kesehatan, dan kekuatan dalam setiap langkah kehidupan saya. Kepada kedua orang tua yang terkasih yang senantiasa memberikan doa, cinta, serta dukungan baik secara moral maupun finansial. Kepada dosen pembimbing dan semua dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan pengetahuan, bimbingan, dan semangat. Saya dedikasikan karya ini kepada teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan dorongan, dan kepada semua pihak yang telah mendukung saya dalam menyelesaikan kerja praktik ini

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan kerja praktik yang berjudul *“Peran Divisi Marketing Komunikasi PT Sukses Bersama Kencana Satya di Sunrise Mall Mojokerto dalam Meningkatkan Brand Awareness”* dengan baik. Kerja praktik ini dilaksanakan sebagai salah satu syarat akademis untuk memenuhi kewajiban pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Melalui kerja praktik ini, penulis memperoleh pengalaman berharga dalam memahami penerapan strategi marketing komunikasi secara nyata di dunia industri, khususnya di bidang ritel modern.

Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, karunia, serta bimbingan-Nya yang senantiasa memberikan kekuatan, kesehatan, dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik.
2. Orang tua, keluarga, dan sahabat yang selalu memberikan dukungan dan doa.
3. Putra Aditya Lapalelo S.I.Kom., M.Med Kom., selaku dosen pembimbing kerja praktik yang telah membimbing dengan penuh kesabaran.
4. Dr. Finsensius Yuli Purnama S.Sos. M.Med.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Seluruh pihak PT Sukses Bersama Kencana Satya di Sunrise Mall Mojokerto yang telah memberikan kesempatan, bimbingan, serta pengalaman berharga selama kerja praktik berlangsung.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

Surabaya, 25 September 2025

Prayson Solavide Panjaitan

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	v
KATA PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Bidang Kerja Praktik	2
I.3 Tujuan Kerja Praktik	2
I.4 Manfaat Kerja Praktik	3
I.4.1 Manfaat Teoritis	3
I.4.2 Manfaat Praktis	3
I.5 Tinjauan Pustaka	3
I.5.1 Divisi Marketing Komunikasi	3
I.5.2 <i>Brand Awareness</i>	6
BAB II HASIL DAN PEMBAHASAN KERJA PRAKTIK	9

II.1 Gambaran Umum Perusahaan Tempat Kerja Praktik.....	9
II.2 Tempat Pelaksanaan Kegiatan Kerja Praktik	11
II.3 Waktu dan Pelaksanaan Kegiatan Kerja Praktik	11
II.3.1 Bulan Juni 2025	11
II.3.2 Bulan Juli 2025.....	17
II.3.3 Bulan Agustus 2025	25
II.4 Hasil atau Temuan	29
BAB III PEMBAHASAN	31
III.1 Peran Divisi Marketing komunikasi dalam Pengenalan Produk dan Citra Merek.....	31
III.2 Implementasi Strategi Pemasaran Digital selama Praktik Kerja Lapangan.....	32
III.3 Penerapan Bauran Pemasaran 7P di Sunrise Mall	33
III.4 Penguatan Brand Awareness dan Peran Talenta dalam Konten Digital	34
III.5 Fungsi <i>Public Relations</i> yang Terintegrasi dalam Kegiatan Pemasaran	36
III.6 Integrasi Teori dan Praktik dalam Praktik Kerja Lapangan	36
BAB IV PENUTUP	39
IV.1 Kesimpulan	39
IV.2 Saran	39
DAFTAR KEPUSTAKAAN	41
LAMPIRAN.....	43

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Agenda Kegiatan Bulan Juni 2025.....	11
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Perusahaan.....	9
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Sunrise Mall.....	11

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi Bulan Juni.....	50
Lampiran 2. Dokumentasi Bulan Juli.....	53
Lampiran 3. Dokumentasi Bulan Agustus.....	56

ABSTRAK

Divisi Marketing Komunikasi merupakan salah satu divisi penting di Sunrise Mall Mojokerto. Dalam laporan Kerja Praktik ini, dibahas mengenai peran strategis divisi tersebut dalam memperkenalkan produk dan membangun citra merek mall. Kegiatan yang dilakukan meliputi pembuatan konten promosi, pengelolaan media sosial, dokumentasi event, serta pelaksanaan siaran langsung (live streaming) yang bertujuan meningkatkan brand awareness dan keterlibatan konsumen. Divisi Marketing Komunikasi menjalankan fungsi komunikasi pemasaran dengan menerapkan model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) dan bauran pemasaran 7P agar pesan pemasaran dapat tersampaikan tepat sasaran dan menarik bagi target audiens. Selain itu, divisi ini juga melaksanakan fungsi Public Relations secara terintegrasi untuk menjaga hubungan harmonis antara mall, tenant, dan masyarakat sekaligus memperkuat reputasi merek. Peran aktif divisi Marketing Komunikasi sangat penting dalam mendukung keberhasilan operasional dan pertumbuhan bisnis ritel modern di tengah perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Melalui pengalaman kerja praktek ini, penulis memperoleh pemahaman mendalam tentang sinergi strategi digital marketing, komunikasi merek, dan public relations untuk membangun citra positif serta meningkatkan loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Divisi Marketing komunikasi, Brand Awareness, Digital Marketing, Public Relations, Sunrise Mall Mojokerto