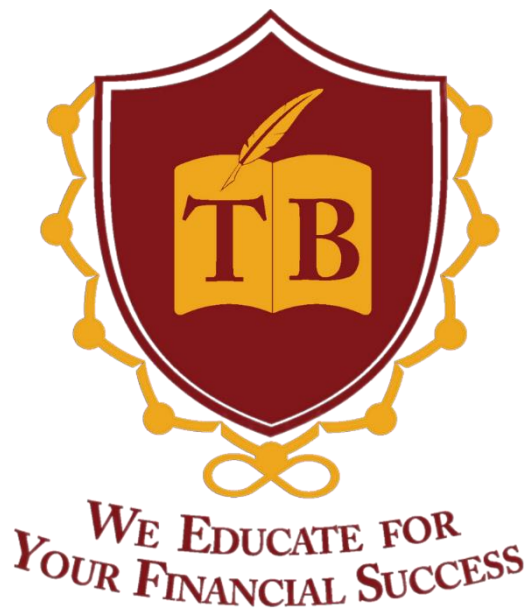


**PENERAPAN *BRAND IMAGE* MELALUI *CONTENT*
MARKETING PADA PT. JAGOGO ANALISA GEMILANG**

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN



DISUSUN OLEH :

Artanti Istiqomah Rafidah

212613001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI**

BEKASI

2024



TANDA PERSETUJUAN LPKL

Nama : Artanti Istiqomah Rafidah
NIM : 212613001
Jurusan : Manajemen
Prodi : D3 Manajemen Pemasaran
Judul : Penerapan *Brand Image* Melalui *Content Marketing*
Pada PT. Jagogo Analisa Gemilang.

Laporan Praktik Kerja Lapangan diatas telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya tulis ilmiah mahasiswa yang bersangkutan dalam memenuhi salah satu syarat untuk mata kuliah pada Program Studi Manajemen Pemasaran STIE Tri Bhakti.

Bekasi, 24 Juli 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing

Dr. Sofia Maulida, SE., MM

NIDN: 0309027801

Ir. Prillia Haliawan, MM

NIDN: 0430047303

LEMBAR PENGESAHAN
PENERAPAN *BRAND IMAGE* MELALUI *CONTENT MARKETING* PADA
PT. JAGOGO ANALISA GEMILANG

Oleh:

Artanti Istiqomah Rafidah

212613001

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

Untuk memenuhi salah satu syarat Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Mata
Kuliah

Telah disetujui oleh Tim penguji pada tanggal seperti tertera dibawah ini

Bekasi, 3 Agustus 2024

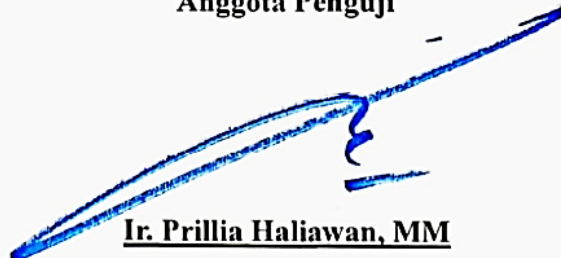
Ketua Penguji



Irvan FC Oentoeng, SE., MM

NIDN: 0411118204

Anggota Penguji



Ir. Prillia Haliawan, MM

NIDN: 0430047303

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Sofia Maulida, SE., MM

NIDN: 0309027801

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS
PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PEMASARAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Laporan Praktik Kerja Lapangan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya Manajemen Pemasaran di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan cantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 3 Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan



Artanti Istiqomah Rafidah

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Artanti Istiqomah Rafidah
NIM : 212613001
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**. Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti-Free Right*) atas nama karya tulis ilmiah ini yang berjudul **“Penerapan *Brand Image* Melalui *Content Marketing* Pada PT. Jagogo Analisa Gemilang”**, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti** berhak menyimpan, mengalih-media atau *format*-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya tulis ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya tulis ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 3 Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan



Artanti Istiqomah Rafidah

ABSTRAK

Artanti Istiqomah Rafidah, Laporan Praktik Kerja Lapangan Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti yang berjudul “Penerapan *Brand Image* Melalui *Content Marketing* Pada PT. Jagogo Analisa Gemilang”. Laporan ini memiliki rumusan masalah yaitu strategi apa yang diterapkan melalui *content marketing* untuk meningkatkan *brand image* pada PT. Jagogo Analisa Gemilang dan hambatan apa saja yang dalam penerapan *brand image* melalui *content marketing* pada PT. Jagogo Analisa Gemilang dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan studi kepustakaan. PT. Jagogo Analisa Gemilang menerapkan strategi pemasaran melalui *content marketing* agar dapat beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar, kebutuhan pelanggan, dan mendapatkan keunggulan kompetitif serta aplikasi Instagram dipilih sebagai media untuk pendistribusian konten perusahaan. Strategi yang diterapkan telah memberikan peningkatan pada jumlah *followers* akun instagram @jagogo.net selama 3 bulan. Meskipun terdapat beberapa hambatan dalam penerapan *brand image* melalui *content marketing*, PT. Jagogo Analisa Gemilang terus berupaya untuk berinovasi dan menciptakan strategi yang tepat untuk memperluas pangsa pasar digital.

Kata kunci: *Brand Image, Content Marketing, Strategi Pemasaran, Instagram.*

ABSTRACT

Artanti Istiqomah Rafidah, Field Work Practice Report of D3 Marketing Management Study Program, Tri Bhakti Business School titled "Implementation of Brand Image Through Content marketing at PT. Jagogo Analisa Gemilang". This report has a problem formulation namely, what strategies are applied through content marketing to improve brand image at PT. Jagogo Analisa Gemilang and what are the obstacles in implementing brand image through content marketing at PT Jagogo Analisa Gemilang using interview method, observation and literature study methods. PT. Jagogo Analisa Gemilang implemented a marketing strategy through content marketing in order to adapt to changing market conditions, customer needs, and gain a competitive advantage and the Instagram application was chosen as a medium for distributing company content. The strategy implemented has increased the number of followers of the @jagogo.net Instagram account for 3 months. Although there are several obstacles in implementing brand image through content marketing, PT. Jagogo Analisa Gemilang continues to strive to innovate and create the right strategy to expand digital market share.

Keywords: Brand Image, Content marketing, Marketing Strategy, Instagram.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah *subhanahu wa ta'ala* yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan dengan judul “Penerapan *Brand Image* Melalui *Content Marketing* pada PT. Jagogo Analisa Gemilang”. Laporan ini merupakan salah satu persyaratan program Pendidikan D3 Manajemen Pemasaran di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Penulis ingin menyampaikan penghargaan besar kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan yang berharga dalam penyusunan tugas akhir ini. Penulis sangat berterima kasih kepada:

1. Bapak Horas Sebastian E. Tobing, B.A selaku Ketua Yayasan Prima Bina Bangsa.
2. Bapak Drs. Widayatmoko, M.M., M.I.Kom selaku Ketua STIE Tri Bhakti.
3. Ibu Dr. Sofia Maulida, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Ir. Prillia Haliawan, MM selaku Dosen Pembimbing Laporan Praktik Kerja Lapangan yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan nasihat serta memberikan arahan kepada penulis dalam penyusunan Laporan Praktik Kerja Lapangan.
5. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Bapak Panca Maulana Firdaus, SE., MM selaku Direktur Utama PT. Jagogo Analisa Gemilang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan program praktik kerja lapangan di PT. Jagogo Analisa Gemilang.
7. Kak Septi Yolita Anggraeni selaku pembimbing lapangan di PT. Jagogo Analisa Gemilang yang telah memberikan arahan kepada penulis selama menjalankan program praktik kerja lapangan.

8. Seluruh karyawan PT. Jagogo Analisa Gemilang yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama menjalankan program praktik kerja lapangan.
9. Kedua orang tua dan saudara yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik dan tepat waktu.
10. Teman-teman terdekat Qonita, Fita dan Khinasih yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
11. Teman-teman seperjuangan Nurhayati, Maria, Astri, Jihan, Nurul dan Agus yang telah membantu penulis dalam penyusunan Laporan Praktik Kerja Lapangan serta memberikan semangat kepada penulis.
12. Teman praktik kerja lapangan Farida yang telah bekerja sama dan menemani penulis selama kegiatan praktik kerja lapangan.
13. Terima kasih kepada teman-teman D3 Manajemen Pemasaran yang telah memberikan dukungan selama kegiatan perkuliahan berlangsung sampai dengan saat ini.
14. Semua pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan laporan ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa terdapat kekurangan dalam penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk memperbaiki laporan ini. Penulis berharap agar Laporan Praktik Kerja Lapangan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat, khususnya bagi penulis, seluruh karyawan PT. Jagogo Analisa Gemilang dan para pembaca.

Bekasi, 3 Agustus 2024

Penulis



Artanti Istiqomah Rafidah

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN LPKL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Praktik Kerja Lapangan.....	5
1.4 Manfaat Praktik Kerja Lapangan.....	5
1.5 Teori Relevan	5
1.5.1 Pemasaran.....	5
1.5.2 <i>Digital Marketing</i>	7
1.5.3 <i>Brand Image</i>	8
1.5.4 <i>Brand Loyalty</i>	12
1.5.5 <i>Content Marketing</i>	13
1.5.6 Instagram.....	14
1.6 Metode Pengumpulan Data Praktik Kerja Lapangan.....	15
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	16
2.1 Profil Perusahaan	16
2.1.1 Logo Perusahaan	17
2.1.2 Visi PT. Jagogo Analisa Gemilang	17
2.1.3 Misi PT. Jagogo Analisa Gemilang	17

2.1.4	Proses Bisnis Perusahaan	18
2.2	Struktur Organisasi	19
2.3	Kegiatan Divisi Pemasaran	20
BAB III	URAIAN DESKRIPSI TUGAS DAN PEMBAHASAN	23
3.1	Penempatan dan Jadwal Praktik kerja lapangan.....	23
3.1.1	Jadwal Praktik Kerja Lapangan	23
3.2	Uraian Deskripsi Tugas	26
3.3	Pembahasan.....	28
3.3.1	Strategi Yang Diterapkan Melalui <i>Content Marketing</i> Untuk Meningkatkan <i>Brand Image</i> Pada PT. Jagogo Analisa Gemilang.....	28
3.3.2	Hambatan Dalam Penerapan <i>Brand Image</i> Melalui <i>Content Marketing</i> Pada PT. Jagogo Analisa Gemilang	38
BAB IV	PENUTUP	39
4.1	Kesimpulan	39
4.2	Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA.....		41
LAMPIRAN.....		44

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Bukti Pelanggan per Mei tahun 2023	66
Tabel 1. 2 Data Bukti Pelanggan per Mei tahun 2024	67
Tabel 2. 1 Daftar Nama Pelanggan PT. Jagogo Analisa Gemilang.....	68
Tabel 3. 1 Jadwal Praktik Kerja Lapangan.....	24
Tabel 3. 2 <i>Timeline</i> Kegiatan Praktik Kerja Lapangan.....	70
Tabel 3. 3 Daftar Nama Akun Instagram Pesaing @jagogo.net	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Presentase Penjualan Jasa Per Mei Tahun 2023.....	72
Gambar 1. 2 Presentase Penjualan Jasa Per Mei Tahun 2024.....	72
Gambar 2. 1 Logo PT. Jagogo Analisa Gemilang.....	17
Gambar 2. 2 <i>Flowchart</i> Proses Bisnis Perusahaan.....	73
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi PT. Jagogo Analisa Gemilang.....	20
Gambar 3. 1 <i>Content Planner</i>	74
Gambar 3. 2 Contoh Desain Poster	74
Gambar 3. 3 Contoh Desain <i>Carousel</i>	74
Gambar 3. 4 Contoh <i>Reels</i> Instagram	75
Gambar 3. 5 Contoh <i>Caption</i> , <i>Copywriting</i> dan <i>Hashtag</i> Relevan	75
Gambar 3. 6 Penyimpanan Konten di <i>Google Drive</i>	75
Gambar 3. 7 Tampilan Akun Instagram @jagogo.net.....	76
Gambar 3. 8 Tampilan Postingan Akun Instagram @jagogo.net.....	76
Gambar 3. 9 <i>Flowchart</i> Strategi Pemasaran Konten	77
Gambar 3. 10 Tampilan Metrik Jumlah <i>Like</i> dan <i>Viewers</i>	78
Gambar 3. 11 Harga Jasa PT. Jagogo Analisa Gemilang	78
Gambar 3. 12 Kantor PT. Jagogo Analisa Gemilang.....	79
Gambar 3. 13 Alamat PT. Jagogo Analisa Gemilang di <i>Google Maps</i>	79