

**PROSES PEMASARAN DIGITAL PADA PT. BINTANG MAS KARYA
NUSANTARA MELALUI INSTAGRAM**

LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Mata Kuliah



Oleh:

Maria Regina Angeli Manurung
222711006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI
KOTA BEKASI
2025**

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS
PROGRAM STUDI SI MANAJEMEN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, berupa Laporan Magang ini adalah asli.
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 dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian 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, 1 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Maria Regina Angeli Manurung

NIM: 222711006

LEMBAR PENGESAHAN

**PROSES PEMASARAN DIGITAL PADA PT. BINTANG MAS KARYA
NUSANTARA MELALUI INSTAGRAM**

Oleh

Maria Regina Angeli Manurung

222711006

LAPORAN MAGANG

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Mata

Kuliah Magang

Telah disetujui oleh tim penguji pada tanggal seperti tertera di bawah ini

Bekasi, 5 Agustus 2025

Ketua Penguji



Rizki Oktaviani, SE., MM

NIDN: 0403109402

Anggota Penguji



Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si

NIDN: 0325017402

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Sofia Maulida, SE., MM.

NIDN: 0309027801

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

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Maria Regina Angeli Manurung
NIM : 222711006
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti
Program Studi : SI Manajemen

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul "**PROSES PEMASARAN DIGITAL PADA PT. BINTANG MAS KARYA NUSANTARA MELALUI INSTAGRAM**", 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*). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya 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 ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 1 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Maria Regina Angeli Manurung

NIM: 222711006



LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN MAGANG

Nama : Maria Regina Angeli Manurung
NIM : 222711006
Jurusan : Manajemen
Bidang Studi : S1 Manajemen
Judul Laporan Magang : Proses Pemasaran Digital Pada PT. Bintang
Mas Karya Nusantara Melalui Instagram

Laporan Magang di atas disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan dalam memenuhi salah satu syarat mata kuliah pada Jurusan Manajemen, STIE Tri Bhakti.

Bekasi, 1 Juli 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Sofia Maulida, SE., MM.

NIDN: 0309027801

Dosen Pembimbing

Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si

NIDN: 0325017402

ABSTRAK

Maria Regina Angeli Manurung, Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola interaksi dan cara masyarakat mengakses informasi, yang berdampak besar terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pemasaran. Media sosial hadir sebagai salah satu hasil dari transformasi digital, dengan karakteristik real-time, fleksibel, dan berbiaya rendah, menjadikannya sarana yang efektif untuk kegiatan promosi. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial terpopuler, menawarkan berbagai fitur seperti Stories, Reels, IGTV, dan Instagram Shopping yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membangun brand awareness serta menjalin komunikasi dengan pelanggan. PT. Bintang Mas Karya Nusantara (BMKN), sebuah perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur engineering, mulai menggunakan Instagram sebagai alat pemasaran digital sejak Januari 2025. Namun, optimalisasi penggunaannya masih belum maksimal. Hal ini terlihat dari minimnya jumlah pengikut, rendahnya interaksi dengan audiens, serta konten yang belum terstruktur dan kurang memanfaatkan fitur-fitur Instagram secara menyeluruh. Selain itu, informasi layanan purnajual yang disediakan perusahaan belum tersampaikan secara jelas melalui media sosial. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pemasaran digital yang dilakukan PT. Bintang Mas Karya Nusantara melalui Instagram serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Pemasaran Digital.

ABSTRACT

Maria Regina Angeli Manurung, *The rapid development of information and communication technology has significantly transformed how people interact and access information, impacting various aspects of life including marketing. Social media has emerged as a result of this digital transformation, offering real-time communication, flexibility, and cost-effectiveness, making it a powerful promotional tool. Instagram, one of the most popular platforms, provides features such as Stories, Reels, IGTV, and Instagram Shopping, which companies can leverage to build brand awareness and engage with their audience. PT. Bintang Mas Karya Nusantara (BMKN), a company engaged in manufacturing and engineering services, began utilizing Instagram as a digital marketing tool in January 2025. However, the optimization of its usage remains limited. This is evident from the low number of followers, minimal audience engagement, and unstructured content that has yet to take full advantage of Instagram's features. Additionally, after-sales service information is not clearly communicated through the company's Instagram account. Based on these conditions, this study aims to analyze the digital marketing process carried out by PT. Bintang Mas Karya Nusantara through Instagram and identify the challenges encountered in its implementation.*

Keywords: *Social Media, Instagram, Digital Marketing.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Magang yang berjudul **“Proses Pemasaran Digital Pada PT. Bintang Mas Karya Nusantara Melalui Instagram”**

Selama melaksanakan Kerja Praktik dan dalam menyelesaikan laporan ini, penulis telah banyak menerima bimbingan, pengarahan, petunjuk, dan saran, serta fasilitas yang membantu hingga akhir penyusunan laporan ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu setia menyertai, memberikan kekuatan dan hikmat dalam setiap langkah. Firman Tuhan dalam Filipi 4:13, "Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku," menjadi sumber semangat dan pengharapan bagi penulis hingga terselesaikannya Laporan Magang ini.
2. Bapak Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom selaku Ketua STIE Tri Bhakti.
3. Ibu Dr. Sofia Maulida, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Tri Bhakti.
4. Bapak Dr. Eddy Setyanto.S,Sos.,M.Si selaku dosen Pembimbing.
5. Seluruh dosen serta *civitas academica* STIE Tri Bhakti yang telah banyak memberikan pengetahuan dan pengalaman.
6. Kakak Farhan dan juga Kakak Farid selaku staff Digital Marketing sekaligus pembimbing selama saya menjalankan kegiatan magang.
7. Keluarga besar PT. Bintang Mas Karya Nusantara yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas ilmu dan kesempatan yang diberikan.
8. Keluarga saya yang selalu mendoakan, memberi dukungan serta semangat dalam setiap langkah saya. Terutama kenangan dan nasihat almarhum papa yang selalu menjadi sumber kekuatan dan motivasi bagi saya untuk terus berjuang dan tidak pernah menyerah.

9. *Sungkem Family*, yaitu Della (ukti kejujuran), Fauziah (popo), Icha (dokter cinta), Salsabila (princes pororo), dan Yessy (duta priyasi) yang selalu mendorong penulis untuk menyelesaikan laporan ini. Terima kasih banyak, semoga kalian sehat selalu dan diberikan kemudahan dalam menjalankan perkuliahan ini hingga selesai.
10. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas dukungan dan bantuannya sehingga terselesaikannya Laporan Magang ini.

Karena kebaikan dan kebijakan beliau-beliau ini, penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini. Semoga kebaikan dan jasa-jasa beliau mendapat balasan dari Tuhan Yesus Kristus, Amin.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari segi penulisan maupun bahasa yang digunakan dalam membuat laporan magang ini. Untuk itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai masukan yang sangat berguna. Namun demikian, harapan penulis semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat sebagaimana mestinya bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Bekasi, 1 Juli 2025

Hormat saya,



Maria Regina Angeli Manurung

NIM: 222711006

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH DARI PERUSAHAAN UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	v
LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN MAGANG	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Magang	3
1.4 Manfaat Magang	3
1.5 Teori Relavan	4
1.5.1 Manajemen	4
1.5.2 Manajemen Pemasaran	6
1.5.3 4C (<i>Consumer, Cost, Convenience, Communication</i>)	6
1.5.4 Strategi STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>)	7
1.5.5 Pengertian Media Sosial	8
1.5.6 Digital marketing	9
1.5.7 Instagram	9
1.5.7 Konten Pillar	11
1.6 Metode Magang	12
1.6.1 Wawancara	12
1.6.2 Observasi	13
1.6.3 Studi Pustaka	13
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	14
2.1 Sejarah Perusahaan	14
2.2 Struktur Organisasi	16
2.3 Kegiatan organisasi/Departemen	19
BAB III URAIAN DESKRIPSI TUGAS & PEMBAHASAN	22
3.1 Penempatan dan Jadwal Magang	22
3.2 Uraian Deskripsi Tugas	25
3.2.1 Alur Pekerjaan	25
BAB IV PENUTUP	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Perusahaan.....	14
Gambar 2. 2 Stuktur Organisasi.....	16
Gambar 3. 1 Prosedur <i>Digital Marketing</i>	25
Gambar 3. 2 Proses Penggunaan Mesin Mixing	34
Gambar 3. 3 Poster Hari Besar Nasional	35
Gambar 3. 4 Konten <i>Reels</i>	38

DAFTAR TABEL

Table 3.1 Waktu Pelaksanaan Magang.....	24
Table 3.2 Uraian Kegiatan.....	25
Table 3.3 Audience Targeting.....	28
Table 3.4 Ide Konten.....	34
Table 3.5 Copywriting.....	40
Table 3.6 Penjadwalan Konten.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Magang.....	49
Lampiran 2 Daftar Kegiatan Mingguan Magang.....	50
Lampiran 3 Laporan Penilaian Pelaksanaan Praktik Magang.....	51
Lampiran 4 Dokumentasi Magang.....	52
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup.....	53
Lampiran 6 Kartu Konsultasi Magang.....	55
Lampiran 7 Formulir Saran dan Perbaikan Magang.....	56
Lampiran 8 Sertifikat Magang.....	57