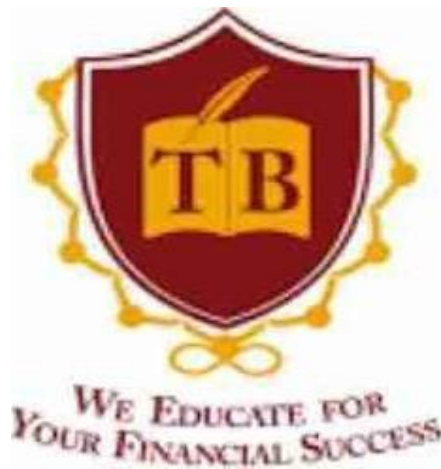


**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN TOKO
ONLINE PANGAN KITA PERUM BULOG MELALUI SOSIAL
MEDIA INSTAGRAM**

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN



Dibuat oleh :

Nama : Ratu Salama Cholisa Hermaliadiah Mulyani

NIM : 202513006

D3 MANAJEMEN PEMASARAN

STIE TRI BHAKTI

2023

LEMBAR PENGESAHAN

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN TOKÓ
ONLINE PANGAN KITA PERUM BULOG MELALUI SOSIAL
MEDIA INSTAGRAM**

Oleh :

Ratu Salama Cholisa Hermaliadiyah Mulyani

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 di bawah ini

Bekasi, 29 Agustus 2023

Ketua Penguji



Dr. Parwanto

NIDN : 9904002784

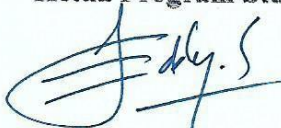
Anggota Penguji



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

NIDN : 0325107401

Ketua Program Studi



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

NIDN : 0325107401

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PRODI D3 MANAJEMEN PEMASARAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Laporan Praktik Kerja Lapangan ini, adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar akademik Manajemen, di STIE 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 secara jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan 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 berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 29 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



Ratu Salama Cholisa Hermaliadiah Mulyani

202513006

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Ratu Salama Cholisa Hermaliadiah Mulyani
NIM : 202513006
Jurusan : Manajemen
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Judul LPKL : Implementasi Komunikasi Pemasaran Toko
: Online Pangan Kita Perum BULOG Melalui
Sosial Media Instagram

Laporan Praktek Kerja Lapangan tersebut diatas disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan dalam memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya pada Jurusan Manajemen di Tri Bhakti Business School.

Bekasi, 29 Agustus 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



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

Dosen Pembimbing



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

ABSTRAK

Salah satu perkembangan teknologi saat ini adalah Internet, Internet memberikan kemudahan dengan mengakses melalui jaringannya. Bentuk kegiatan melalui jaringan Internet adalah melakukan pemasaran dengan mengunggah Instagram, Instagram dengan segala kelebihannya dapat membantu dalam proses komunikasi pemasaran. Implementasi komunikasi pemasaran merupakan upaya untuk mengenalkan produk pada konsumen melalui pemasaran online maupun pemasaran langsung. Oleh karenanya penulis merumuskan masalah dan tujuan hendak mengetahui (1) Bagaimana implementasi komunikasi pemasaran yang dilakukan Pangan Kita Perum BULOG dalam memasarkan produk melalui media Instagram, (2) Bagaimana efektivitas penggunaan media Instagram dalam pemasaran produk Pangan Kita Perum BULOG. Metode penulisan ini dengan pengumpulan data melalui praktek kerja lapangan dengan cara wawancara dan observasi, pencatatan data juga dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa (1) implementasi komunikasi pemasaran yang dilakukan akun Instagram [@pangankita_official](#) mengaplikasikan prinsip pemasaran 4P (*product, price, place* dan *promotion*). (2) Adapun efektivitas penggunaan Instagram pada pemasaran produk Pangan Kita Perum BULOG dibuktikan dengan peningkatan omzet penjualan dari bulan Januari hingga Mei. (3) Dalam strategi pemasaran Perum BULOG, ditemukan adanya permasalahan adalah ketersediaan produk, harga produk yang tidak stabil, belum tersedianya tempat pembelian di akun Instagram [@pangankita_official](#), belum optimal dalam menggunakan fitur – fitur yang terdapat di Instagram. promosi yang dilakukan belum optimal dan kurangnya interaktif.

kata kunci : Komunikasi Pemasaran, Media Sosial dan Instagram

ABSTRAK

One of the current technological developments is the Internet, the Internet provides convenience by accessing it through its network. The form of activity through the Internet network is doing marketing by uploading Instagram, Instagram with all its advantages can help in the marketing communication process. Implementation of marketing communications is an effort to introduce products to consumers through online marketing and direct marketing. Therefore the author formulates the problem and aims to find out (1) How is the implementation of marketing communications carried out by Pangan Kita Perum BULOG in marketing products through Instagram media, (2) How effective is the use of Instagram media in marketing Pangan Kita Perum BULOG products. This writing method is by collecting data through field work practices by means of interviews and observations, data recording as well as documentation. The results of this study conclude that (1) the implementation of marketing communications by Instagram accounts [@pangankita_official](#) apply the 4P marketing principles product, *price*, *place* and promotion). (2) The effectiveness of using Instagram in marketing Pangan Kita Perum BULOG products is evidenced by an increase in sales turnover from January to May. (3) In the marketing strategy of Perum BULOG, it was found that there were problems, namely product availability, unstable product prices, unavailability of places to buy on Instagram accounts [@pangankita_official](#), not optimal in using the features on Instagram. promotion is not optimal and less interactive.

keywords : Marketing Communications, Social Media and Instagram

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT yang telah memberikan ridho dan rahmat-Nya sehingga, berkat limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul: “IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN TOKO ONLINE PANGAN KITA PERUM BULOG MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”.

Adapun laporan ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (AMD) pada STIE Tri Bhakti Business School Bekasi. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan karena segala keterbatasan yang ada. Selama proses magang yang dilakukan dalam waktu 3 (tiga) bulan di Perum BULOG proses penyusunan laporan ini tentu tak lepas dari arahan, serta bimbingan dari berbagai pihak pada saat pengumpulan materi dan hasil kerja penulis tugas akhir dapat selesai tepat waktu dengan baik. Untuk itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT atas segala nikmat, rahmat dan karunia-Nya yang tercurah tanpa henti di setiap hela nafas umat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik.
2. Kedua Orang Tua yang saya cintai dan hormati yang selalu mendoakan, mendukung, menasehati, dan motivasi hingga mampu sampai detik ini dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir.
3. Nenek dan Adik saya, yang saya cintai yang selalu mendoakan dan mendukung.
4. Bapak Horas Sebastian E. Tobing, B.A selaku Ketua Yayasan Prima Bina Bangsa.
5. Bapak Drs. Widayatmoko, MM, M.Ikom, selaku Ketua STIE Tri Bhakti Business School.
6. Bapak Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si. Selaku Ketua Kaprodi Manajemen.
7. Bapak Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan motivasi dan arahan terbaik kepada penulis selama melakukan penyusunan Laporan Tugas Akhir.

8. Seluruh Dosen Prodi Manajemen dan Akuntansi serta staff akademik STIE Tri Bhakti Business School yang telah banyak memberikan pengetahuan dan pengalaman selama mengikuti pendidikan STIE Tri Bhakti Business School.
9. Bapak Subali Agung Gunawan, selaku Kepala Divisi Marketing Perum BULOG yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan Praktek Kerja Lapangan.

Penulis menyadari bahwa pneyusunan Laporan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan, sehingga penulis secara terbuka menerima saran dan kritik positif dari pembaca. Akhir kata, saya berharap Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak, khususnya di bidang manajemen. Terimakasih.

Bekasi, 29 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan



Ratu Salama Cholisa Hermaliadiah Mulyani

202513006

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Manfaat LPKL.....	4
1.5 Teori yang Relevan.....	5
1.5.1 Pemasaran	5
1.5.2 Bauran Pemasaran	6
1.5.3 Komunikasi Pemasaran.....	8
1.5.4 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	9
1.5.5 Pengertian Media sosial	10
1.5.6 Fungsi Media Sosial	11
1.5.7 Digital Marketing	12
1.5.8 Manfaat Digital Marketing.....	13
1.5.9 Instagram.....	15
1.5.10 Fitur – fitur Instagram.....	16
1.5.11 Kelebihan dan Kekurangan Instagram.....	18
1.6 Metode Magang.....	20

BAB II	21
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	21
2.1 Sejarah Perusahaan	21
2.2 Struktur Organisasi	22
2.3 Kegiatan Perusahaan.....	23
BAB III.....	32
URAIAN DESKRIPSI TUGAS DAN PEMBAHASAN.....	32
3.1 Penempatan dan Jadwal LPKL.....	32
3.2 Uraian Deskripsi Tugas.....	32
3.3 Pembahasan	35
BAB IV	42
PENUTUP	42
4.1 Kesimpulan	42
4.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	48

