

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar belakang

Pada saat ini, media sosial Instagram dan TikTok menjadi salah satu media sosial yang marak digunakan untuk kepentingan pemasaran. Hal ini berdasarkan data yang ditemukan bahwa Instagram dan TikTok dapat menjadi media sosial strategis untuk menjadi media pemasaran. Instagram dan TikTok merupakan layanan jejaring sosial berbasis fotografi, Instagram dan TikTok juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas serta dapat menjadi media pemasaran gratis (Atmoko, 2012:10).

Pengguna Instagram dan TikTok sebagai media pemasaran telah digunakan juga oleh para pebisnis F&B di Kota Bandar Lampung, salah satunya Nuju Coffee. Semakin ketatnya persaingan bisnis menuntut Nuju Coffee untuk semakin memanfaatkan secara maksimal media sosial seperti Instagram. Banyak pertimbangan yang dilakukan oleh pengguna Instagram ketika mengakses 4 informasi dalam aplikasi ini, salah satunya membandingkan konten yang disediakan pengguna lain atau usaha sejenis.

Konten Instagram dan TikTok merupakan berbagai macam hal yang dibagikan pengguna melalui akun Media Sosial. Bahwasanya konten instagram dan TikTok banyak digunakan oleh pengusaha di Indonesia untuk dijadikan media dalam memasarkan produknya. Pentingnya konten Sosial Media yang dibagikan Nuju Coffee murni salah satunya untuk mendeskripsikan ciri khas produk yang dikeluarkan. Setiap usaha memiliki ciri khas masing-masing yang belum tentu dimiliki usaha lainnya. ciri khas produk yang dimiliki inilah yang sering mengundang minat beli konsumen terhadap produk yang perusahaan

keluarkan. Minat beli merupakan kecenderungan sikap pembeli potensial untuk tertarik dan kemudian mengambil tindakan yang terkait dengan pembelian melalui berbagai fase serta tingkat kemungkinan yang akan memunculkan kemauan untuk membeli barang atau jasa dari merek tertentu.(Chinomona, 2013:13).

Digital Marketing menggambarkan pengguna utama teknologi digital untuk mendukung fungsi pemasaran suatu organisasi. Dalam organisasi itu memahami fungsi pemasaran, Teknik digital digabungkan dengan bentuk tradisional dari kegiatan pemasaran. Namun, dalam tradisi digital bisnis kegiatan nasional dipimpin oleh, dipandu dan diintegrasikan dengan Digital Marketing. Sinonim untuk Digital Marketing termasuk pemasaran elektronik, pemasaran pemasaran online dan pemasaran internet. Digital Marketing mencakup pengiriman konten online kepada pelanggan untuk menarik dan melibatkan mereka dalam aktivitas ikatan yang terkait dengan barang dan layanan bisnis (Heinze, Fletcher, Rashid, & Cruz, 2016). Istilah “Internet Marketing” banyak digunakan untuk Merujuk pada perspektif eksternal tentang bagaimana internet dapat digunakan bersama dengan media tradisional untuk memperoleh dan memberikan layanan kepada pelanggan. Saat ini, Digital Marketing adalah istilah yang paling umum digunakan, yang mengacu pada setiap pengguna teknologi untuk mencapai tujuan pemasaran dan memiliki perspektif eksternal dan internal. Ini lebih konsisten dengan konsep bisnis digital, yang melibatkan pengelolaan komunikasi digital internal dan eksternal (Chaffey, Hemphill, Edmundson-Bird., 2019).

Selama menjalani KP di PT SINGOSARI DUA TIGA, saya diberikan kesempatan untuk

berkontribusi secara langsung dalam pengembangan strategi Digital Marketing perusahaan. Laporan KP ini akan memaparkan tugas-tugas yang saya lakukan, mulai dari membuat konten, mengelola media sosial, mengenalkan produk – produk baru. Melalui KP ini, saya berharap dapat meningkatkan pemahaman saya tentang praktik terbaik dalam Digital Marketing dan mengembangkan keterampilan yang relevan untuk dunia kerja.

PT. Singosari Dua Tiga merupakan perusahaan yang bergerak dibidang Food And Beverage . Berdirinya perusahaan ini dilalui dengan berberapa fase dan proses yang bertahap sejak tahun 2020. Pada awalnya perusahaan ini hanyalah usaha kecil yang bergerak di bidang penjualan minuman kopi

Berdasarkan Latar Belakang diatas Pelaksanaan Digital Marketing maka Kerja Praktik ini mengangkat judul “ **KEGIATAN DIGITAL MARKETING PADA AKUN SOCIAL MEDIA PT SINGOSARI DUA TIGA**”

I.2 Ruang Lingkup Kerja PT SINGOSARI DUA TIGA

Kerja Praktik ini dilaksanakan di PT SINGOSARI DUA TIGA Bandar Lampung. PT SINGOSARI DUA TIGA di Kota Bandar Lampung ini beralamat di Jl. Way Mesuji No 51,Pahoman Bandar Lampung (masuk lewat jln terusan hi juanda no 21 teluk betung utara . Kegiatan Kerja Praktik ini berlangsung selama 1 bulan. Kegiatan yang dilakukan dan yang dilaporkan mengenai Kegiatan Digital Marketing Pada Akun Social Media PT SINGOSARI DUA TIGA

I.3 Manfaat dan Tujuan

1.3.1 Manfaat

Dengan Kerja Praktik ini mahasiswa diharapkan mampu menerapkan ilmu yang didapat di bangku kuliah ke dunia kerja dan mendapatkan ilmu serta pengalaman baru dalam dunia kerja dan Meningkatkan Produktivitas Mahasiswa KP dapat membantu perusahaan dalam menyelesaikan berbagai tugas dan proyek, sehingga dapat meningkatkan produktivitas perusahaan. Sehingga mahasiswa Mendapatkan Ide-Ide Baru untuk mendapatkan perspektif yang segar dan ide-ide inovatif ke dalam perusahaan. Hal ini dapat menjadi sumber inspirasi bagi perusahaan untuk mengembangkan produk atau layanan baru.

1.3.1 Tujuan

Mahasiswa dapat langsung mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari dalam perkuliahan ke dalam situasi kerja yang sebenarnya. Hal ini membantu mahasiswa memahami konsep yang lebih kompleks dan meningkatkan kemampuan pemecahan masalah.

Selain pengetahuan akademik, kerja praktik juga melatih mahasiswa dalam berbagai keterampilan seperti komunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, dan adaptasi dengan lingkungan kerja yang baru.

Memperluas Jaringan: Selama KP, mahasiswa berkesempatan untuk bertemu dan berinteraksi dengan berbagai orang dari latar belakang yang berbeda, seperti karyawan senior, rekan kerja, dan klien. Hal ini sangat berguna untuk membangun jaringan profesional yang dapat bermanfaat di masa depan.

Menemukan Minat dan Bakat: Melalui pengalaman kerja langsung, mahasiswa dapat mengidentifikasi minat dan bakat yang sebenarnya. Hal ini membantu mahasiswa dalam menentukan pilihan karir yang sesuai dengan passion mereka.

Meningkatkan Kepercayaan Diri: Setelah menyelesaikan program KP, mahasiswa akan merasa lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan di dunia kerja. Mereka akan memiliki pengalaman dan pengetahuan yang lebih luas, sehingga lebih siap untuk memulai karir.

Menambah Wawasan: Mahasiswa akan mendapatkan wawasan yang lebih luas tentang dunia kerja, budaya perusahaan, dan dinamika bisnis. Hal ini membantu mahasiswa untuk lebih memahami ekspektasi yang diharapkan dari seorang profesional.

- a. Mengembangkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah dan menerapkannya dalam dunia kerja.
- b. Melatih mahasiswa menjadi manusia yang disiplin, bertanggung jawab dan berpikir maju.
- c. Untuk mengembangkan cara berfikir mahasiswi agar bisa lebih cepat dalam mengembangkan kemampuan diri.

Bab II 1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

1.4.1 Waktu Pelaksanaan

Kegiatan kerja praktek ini dilakukan dalam waktu satu bulan yang terhitung Mulai tanggal 31 Juli 2024 sampai dengan 30 Agustus 2024.

1.4.2 Tempat Pelaksanaan

Penulis memperoleh kesempatan untuk melaksanakan KP pada :

Nama Instansi : PT Singosari Dua Tiga

Tempat : Jl. Way Mesuji no.51, Pahoman Bandar Lampung (Masuk

Lewat gang samping RRI).