

LAPORAN KERJA PRAKTIK

PROSES PEMBUATAN KONTEN PADA STRATEGI DIGITAL

MARKETING CV. TRANSINDO INNOVATIVE AROMA

(TEA BREAK)



Oleh :

Christofer Andrew Sugiarto

NRP: 1423021054

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2024

LAPORAN KERJA PRAKTIK

PROSES PEMBUATAN KONTEN PADA STRATEGI DIGITAL

MARKETING CV. TRANSINDO INNOVATIVE AROMA

(TEA BREAK)

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Oleh :

Christofer Andrew Sugiarto

NRP: 1423021054

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2024

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Christofer Andrew Sugiarto

NRP : 1423021054

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa apa yang saya tulis dalam Laporan Kerja Praktik yang berjudul

"Proses Pembuatan Konten pada Strategi Digital Marketing CV. Transindo Innovative Aroma (Tea Break)"

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan yang berasal dari karya pihak lain telah saya sebutkan sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di jurusan, fakultas, maupun universitas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran.

Surabaya, 16 Desember 2024

Penulis,



Christofer Andrew Sugiarto

NRP.1423021054

HALAMAN PERSETUJUAN
PROSES PEMBUATAN KONTEN PADA STRATEGI
DIGITAL MARKETING CV. TRANSINDO INNOVATIVE
AROMA (TEA BREAK)

OLEH:
CHRISTOFER ANDREW SUGIARTO
NRP: 1423021054

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



Maria Yulastuti, S.Sos, M.Med.Kom
NIDN. 0707078607

TANGGAL: 11 DESEMBER 2024

DEKAN WIDYAKALAMATI TAS ILMU KOMUNIKASI,



Brigita Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIDN. 0715108903

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH:

CHRISTOFER ANDREW SUGIARTO

NRP.1423021054

TELAH DIUJI PADA HARI RABU, 11 DESEMBER 2024 DAN
DINYATAKAN LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI



Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN. 0725058704

MENGETAHUI;

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



Brigitta Revja Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Christofer Andrew Sugiarto

NRP : 1423021054

Dengan ini SETUJU karya ilmiah saya yang berjudul:

"Proses Pembuatan Konten pada Strategi Digital Marketing CV. Transindo Innovative Aroma (Tea Break)"

Untuk dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library / Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik, sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Hak Cipta yang berlaku.

Demikian surat pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 16 Desember 2024

Penulis,



Christofer Andrew Sugiarto

NRP.1423021054

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang selalu menyertai serta memberikan kekuatan kepada penulis, baik dalam situasi suka maupun duka, khususnya selama proses kerja praktik dan pembuatan laporan ini. Meskipun menghadapi berbagai keterbatasan, penulis sangat bersyukur karena akhirnya dapat menyelesaikan laporan kerja praktik ini sesuai dengan harapan. Hal ini tidak lepas dari dukungan penuh yang diberikan oleh orang tua, keluarga, sahabat, serta dosen pembimbing. Penulis berharap laporan kerja praktik ini dapat bermanfaat dan memberikan pembelajaran bagi para pembaca.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul “Proses Pembuatan Konten pada Strategi Digital Marketing CV. Transindo Innovative Aroma (Tea Break).”

Penyelesaian laporan ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada:

1. Keluarga, yang senantiasa memberikan dukungan, doa, dan motivasi kepada penulis dari awal perkuliahan hingga akhir.
2. Ibu Maria Yuliastuti, S.Sos., M.Med.Kom., selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan berharga selama proses penyusunan laporan ini.
3. Anton, Vito, Bernard, Louis, serta rekan-rekan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas semangat, dukungan, motivasi, serta kritik dan saran yang sangat membantu.

Surabaya, 15 Desember 2024

Penulis,

Christofer Andrew Sugiarto

DAFTAR ISI

LAPORAN KERJA PRAKTIK.....	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Bidang Kerja Praktik	5
I.3 Tujuan Kerja Praktik	5
I.4 Manfaat Kerja Praktik.....	5
I.5 Tinjauan Pustaka	6
I.5.1 Strategi <i>Digital Marketing</i>	6
I.5.2 Instagram Sebagai Media Sosial	7
I.5.3 Proses Pembuatan Konten Instagram	8
BAB II.....	11
HASIL TEMUAN DAN KERJA PRAKTIK.....	11
II.1 Gambaran Umum Perusahaan Tempat Kerja Praktik	11
II.1.1 Identitas CV. Transindo Innovative Aroma	11
II.1.2 Logo Perusahaan	13
II.1.3 Visi dan Misi	14
II.1.4 Struktur organisasi CV. Trasindo Innovative Aroma	14
II.1.5 Waktu Dan Pelaksanaan Kegiatan Kerja Praktik	15

II.2 Hasil Dan Temuan	26
II.2.1 Membuat <i>Content Planing idea</i>	27
II.2.2 Pembuatan Konten.....	28
II.2.3 Mengedit Hasil Konten	30
II.2.4 Admin Akun Instagram <i>@teabreakindo</i>	31
II.2.5 KOL <i>Specialist</i>	32
II.2.6 Event	33
BAB III.....	36
PEMBAHASAN	36
III.1 Strategi Digital <i>Marketing</i> Dalam Proses Pembuatan Konten Instagram Pada Akun <i>@teabreakindo</i>	36
III.2 Proses Pembuatan Konten Instagram Brand Tea Break	38
BAB IV	47
KESIMPULAN & SARAN	47
IV.1 Kesimpulan	47
IV.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan	2
Gambar I.2 Konten Tea Break	4
Gambar II.1 Kantor Tea Break	11
Gambar II.2 Logo Tea Break.....	13
Gambar II.3 Data <i>Content Planning</i>	27
Gambar II.4 Hasil Konten Lauching dan Promo Express Bike	29
Gambar II.5 Proses Editing Grebek Teabreakerzz	30
Gambar II.6 DM Akun Instagram @teabreakindo.....	31
Gambar II.7 Table <i>Content</i> KOL Juli - Oktober	32
Gambar II.8 Hasil Dokumentasi Photobooth Kemitraan Malang Tea Break.....	34
Gambar III.1 Content Planning Medial Sosial Tea Break.....	41
Gambar III.2 Pengambilan Gambar Konten Teman Pelepas Dahaga Instagram	42
Gambar III.3 Proses Editing Setelah Take Konten	44

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Kegiatan Dan Hasil Kegiatan	15
---	-----------

ABSTRAK

Perkembangan internet telah mengubah pemasaran, menjadikan digital marketing sebagai strategi utama dalam promosi. Proses pembuatan konten di media sosial, khususnya pada akun Instagram Tea Break, memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran merek dan keterlibatan audiens. Tahapan produksi mencakup pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, yang melibatkan persiapan matang mulai dari riset, pengembangan konsep, hingga proses penyuntingan akhir. Pemanfaatan Instagram sebagai platform utama memungkinkan perusahaan untuk berkomunikasi langsung dengan audiens melalui konten kreatif, seperti foto dan video, yang mencerminkan identitas serta nilai jual mereka. Penggunaan rencana konten mempermudah pengelolaan publikasi yang konsisten, sementara dukungan alat dan aplikasi editing, seperti Capcut, membantu meningkatkan kualitas visual. Penelitian ini menunjukkan efektivitas digital marketing melalui proses pembuatan konten Instagram.

Kata Kunci: Digital Marketing, Instagram, Pembuatan Konten, Tea Break.

ABSTRACT

The development of the internet has transformed marketing, making digital marketing a primary strategy for promotion. The content creation process on social media, particularly on Tea Break's Instagram account, plays a crucial role in enhancing brand awareness and audience engagement. The production stages include pre-production, production, and post-production, which involve thorough preparation, from research and concept development to the final editing process. Utilizing Instagram as the main platform allows the company to communicate directly with the audience through creative content, such as photos and videos, that reflect their identity and unique selling points. The use of a content plan facilitates consistent publication management, while tools and editing applications like Capcut enhance visual quality. This study highlights the effectiveness of digital marketing through the Instagram content creation process.

Keywords: Digital Marketing, Instagram, Content Creation, Tea Break