

LAPORAN KERJA PRAKTIK

AKTIVITAS DIGITAL MARKETING DALAM PENGELOLAAN SOCIAL

MEDIA MARKETING RUMAH BUMN SURABAYA DI INSTAGRAM



Disusun oleh:

Rebecca Kristina Hilda Tiurlan Gultom

NRP. 1423022105

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2025

LAPORAN KERJA PRAKTIK

AKTIVITAS DIGITAL MARKETING DALAM PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA MARKETING RUMAH BUMN SURABAYA DI INSTAGRAM

**Diajukan untuk memenuhi Sebagian persyaratan dalam memperoleh
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun oleh:

Rebecca Kristina Hilda Tiurlan Gultom

NRP: 1423022105

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2025

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Rebecca Kristina Hilda Tiurlan Gultom

NRP : 1423022105

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam laporan kerja praktik yang berjudul:

“AKTIVITAS DIGITAL MARKETING DALAM PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA MARKETING RUMAH BUMN SURABAYA DI INSTAGRAM” adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri.

Segala kutipan dan referensi dari karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di fakultas, maupun universitas. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran.

Surabaya, 18 November 2025

Penulis,



Rebecca K.H.T Gultom

NRP. 1423022105

HALAMAN PERSETUJUAN

AKTIVITAS DIGITAL MARKETING DALAM PENGELOLAAN SOCIAL
MEDIA MARKETING RUMAH BUMN SURABAYA DI INSTAGRAM

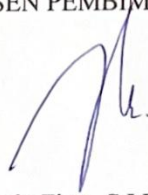
OLEH:

REBECCA KRISTINA HILDA TIURLAN GULTOM

NRP. 1423022105

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



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

NIDN. 0715108903

TANGGAL: 18 November 2025

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH:

Rebecca Kristina Hilda Tiurlan Gultom

NRP. 1423022105

TELAH DIUJI PADA HARI SELASA, 18 NOVEMBER 2025 DAN
DINYATAKAN LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI,



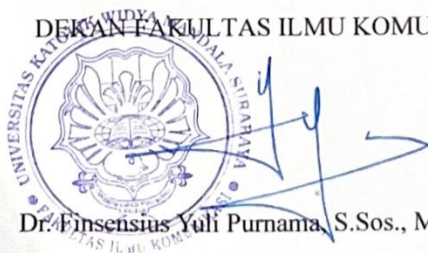
Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

TANGGAL: 18 November 2025

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

AKTIVITAS DIGITAL MARKETING DALAM PENGELOLAAN SOCIAL
MEDIA MARKETING RUMAH BUMN SURABAYA DI INSTAGRAM

OLEH:

REBECCA KRISTINA HILDA TIURLAN GULTOM

NRP. 1423022105

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



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

NIDN. 0715108903

TANGGAL: 18 November 2025

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas anugerah serta penyertaan-Nya yang senantiasa menguatkan penulis hingga akhirnya dapat menyelesaikan laporan kerja praktik ini. Dalam prosesnya, penulis melewati berbagai pasang surut kehidupan, namun berkat pertolongan Tuhan melalui keluarga dan sahabat yang selalu hadir memberikan dukungan dan semangat, penulis dapat bertahan dan menyelesaikan segalanya dengan baik. Dengan penuh rasa syukur, penulis mempersembahkan laporan kerja praktik ini kepada keluarga tercinta dan sahabat-sahabat terkasih yang senantiasa mendampingi dalam setiap langkah perjalanan hidup penulis.

Surabaya, 18 November 2025

Penulis,

Rebecca K.H.T Gultom

NRP. 1423022105

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas atas penyertaan-Nya yang telah memberikan kekuatan serta kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan kegiatan magang di Rumah BUMN Surabaya dan menyusun laporan kerja praktik ini. Laporan ini disusun sebagai bagian dari pemenuhan syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Penyusunan laporan ini tentu tidak terlepas dari doa, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan segala kerendahan hati menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam proses ini.

1. Tuhan Yesus Kristus, atas penyertaan-Nya yang senantiasa memberikan kekuatan untuk penulis berdiri sampai titik ini, Tuhan selalu memberi jalan terbaik dalam setiap proses hidup penulis.
2. Papa, Mama, Yudha, Gihon, Miranda, yang menjadi alasan terbesar penulis untuk berjuang. Terima kasih atas doa yang tidak pernah berhenti, serta setiap pengorbanan yang tidak terucapkan namun selalu terasa dalam setiap langkah penulis. Segala pencapaian ini tidak akan berarti tanpa kasih dan dukungan kalian.
3. Keylin, Audrey, Icha, Cindy, Vunan, Sheila, yang selalu hadir di setiap musim hidup penulis, memberikan tawa, semangat, dan penguatan saat penulis merasa hampir menyerah. Terima kasih telah menjadi tempat pulang di tengah lelah.

4. CFO, CEO, dan fasilitator Rumah BUMN Surabaya, yang telah memberikan kesempatan serta kepercayaan selama masa magang. Melalui bimbingan dan pengalaman yang diberikan, penulis belajar banyak hal tentang dunia kerja.
5. Teman-teman magang Rumah BUMN Surabaya Batch 3, terima kasih atas setiap kebersamaan, dukungan, dan tawa yang mewarnai perjalanan selama masa magang.
6. Ibu Brigitta Revia Sandy Fista, terima kasih telah menjadi dosen pembimbing yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan laporan kerja praktik ini dengan sebaik-baiknya.

DAFTAR ISI

LAPORAN KERJA PRAKTIK	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Bidang Kerja Praktik	4
I.3 Tujuan Kerja Praktik	4
I.4 Manfaat Kerja Praktik	4
I.4.1 Manfaat Teoritis	4
I.4.2 Manfaat Praktis	5
I.5 Tinjauan Pustaka	5
I.5.1 Digital Marketing	5
I.5.2 Social Media Marketing	7
I.5.3 Instagram	9
BAB II	12
HASIL DAN PEMBAHASAN KERJA PRAKTIK	12
II.1 Gambaran Umum Perusahaan Tempat Kerja Praktik	12
II.1.1 Tempat Kerja Praktik	12

II.1.2 Profil Perusahaan	12
II.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	14
II.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	15
II.1.5 Job Description.....	16
II.2 Waktu dan Pelaksanaan Kegiatan Kerja Praktik.....	16
II.2.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan	16
II.3 Hasil Temuan	31
II.3.1 Membuat Content Plan.....	31
II.3.2 Menjadi Talent dan Voice Over Konten	33
II.3.3 Mengelola e-commerce	33
II.3.4 Event / Kegiatan.....	34
II.3.5 Existing UMKM.....	36
II.3.6 PIC Rumah BUMN Ponorogo	36
II.3.7 Penanggung Jawab Bincang UMKM di Klik FM.....	37
II.3.8 Strategi Digital Marketing Yang Perlu Diperluas	37
II.3.9 Evaluasi Kinerja Yang Belum Terjadwal Rutin	38
II.3.10 Alur Komunikasi Internal Yang Kurang Efektif	38
BAB III	40
PEMBAHASAN	40
III. 1 Digital Marketing Di RB Surabaya	40
III. 2 Penerapan Social Media Marketing (SMM) Di RB Surabaya	40
III. 3 Instagram Sebagai Platform Utama SMM RB Surabaya	43
BAB IV	47
KESIMPULAN DAN SARAN.....	47
IV.1 Kesimpulan	47
IV.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Most Used Social Media Platforms in Indonesia 2025.....	10
Gambar II. 1 Logo Rumah BUMN Surabaya	12
Gambar II. 2 Struktur Organisasi	15
Gambar II. 3 Content Plan RB Surabaya	32
Gambar II. 4 Talent & Voice Over Konten	33
Gambar II. 5 Live Streaming E-commerce	34
Gambar II. 6 Booth RB Surabaya di Event Jatim Fest 2025	35

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Kegiatan Harian Penulis	16
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Penilaian Kerja Praktik	51
Lampiran 2 Script Konten.....	52
Lampiran 3 Publikasi Konten.....	52
Lampiran 4 Foto Produk UMKM	53
Lampiran 5 Bincang UMKM di Radio Klik FM	53
Lampiran 6 Event.....	54
Lampiran 7 Live E-commerce Tiktok & Shopee	54

ABSTRAK

Kerja praktik ini dilaksanakan di Rumah BUMN Surabaya yang merupakan wadah pembinaan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kegiatan ini berfokus pada penerapan aktivitas *digital marketing* dalam pengelolaan *social media marketing* melalui platform Instagram sebagai sarana utama promosi dan komunikasi. Tujuan dari pelaksanaan kerja praktik ini adalah untuk memahami penerapan strategi pemasaran digital yang efektif dalam memperkenalkan Rumah BUMN Surabaya serta produk UMKM binaan kepada masyarakat luas. Secara teoritis, *digital marketing* merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital sedangkan *social media marketing* menjadi salah satu bentuk penerapan yang berfokus pada penggunaan media sosial untuk membangun interaksi dengan audiens. Dalam pelaksanaannya, di Rumah BUMN Surabaya, aktivitas ini mencakup penyusunan *content plan*, penentuan *content pillar*, perancangan isi konten, serta koordinasi dengan tim desain dan *content creator* dalam proses produksi hingga publikasi. Melalui kegiatan ini, penulis memahami pentingnya perencanaan konten dalam mendukung upaya promosi digital bagi pengembangan UMKM binaan Rumah BUMN Surabaya.

Kata Kunci: Digital Marketing, Social Media Marketing, Instagram, Rumah BUMN Surabaya, UMKM.

ABSTRACT

This internship was conducted at Rumah BUMN Surabaya, an institution that serves as a platform for the development and empowerment of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). The program focuses on the implementation of digital marketing activities in managing social media marketing through Instagram as the main medium for promotion and communication. The purpose of this internship is to understand the application of effective digital marketing strategies in introducing Rumah BUMN Surabaya and its assisted MSME products to the public. Theoretically, digital marketing is a marketing strategy that utilizes digital technology, while social media marketing is one of its applications that focuses on using social media platforms to build interaction with audiences. In its implementation at Rumah BUMN Surabaya, the activities include developing a content plan, determining content pillars, creating content concepts, and coordinating with the design and content creator teams throughout the production and publication process. Through this experience, the writer gained an understanding of the importance of content planning in supporting digital promotion efforts for the development of MSMEs under Rumah BUMN Surabaya.

Keywords: *Digital Marketing, Social Media Marketing, Instagram, Rumah BUMN Surabaya, MSMEs.*