

LAPORAN TUGAS AKHIR
STRATEGI PEMASARAN PT HARDAYA WIDYA
GRAHA MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM



Lavenia Maudy Natassya
NRP 4105019024

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PERKANTORAN D-III
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2022

LAPORAN TUGAS AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN PT HARDAYA WIDYA
GRAHA MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**



diajukan untuk memenuhi persyaratan kelulusan mata kuliah Tugas Akhir

Lavenia Maudy Natassya
NRP 4105019024

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PERKANTORAN D-III
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2022

PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lavenia Maudy Natassya

NRP : 4105019024

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran PT Hardaya Widya Graha Menggunakan Media Sosial Instagram” adalah benar benar hasil karya sendiri. Kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, karya tulis ini belum pernah diajukan pada institusi mana pun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isi sesuai dengan sikap ilmiah yang dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Surabaya, 28 Mei 2022

Yang menyatakan,


Lavenia Maudy Natassya

NRP 4105019024

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lavenia Maudy Natassya

NRP : 4105019024

sebagai mahasiswa Program Studi Administrasi Perkantoran D-III Fakultas Vokasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Strategi Pemasaran PT Hardaya Widya Graha Menggunakan Media Sosial Instagram.”

Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya berhak untuk menyimpan, memperbanyak, menggunakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikan, dan menampilkan/mempublikasikan karya ilmiah ini, baik seluruhnya atau sebagian, di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, segala konsekuensi hukum yang timbul apabila terdapat pelanggaran Hak Cipta dalam karya saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun.

Surabaya, 28 Mei 2022

Yang menyatakan,



Lavenia Maudy Natassya

NRP 4105019024

PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Laporan Tugas Akhir berjudul “Strategi Pemasaran PT Hardaya Widya Graha Menggunakan Media Sosial Instagram” yang disusun oleh

Nama : Lavenia Maudy Natassya

NRP : 4105019024

telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan kepada Tim Penguji.

Surabaya, 7 Juni 2022

Dosen Pembimbing



Dra. Ester W. Tedjo M.Pd.

NIDN 0707095901

HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Laporan Tugas Akhir berjudul "Strategi Pemasaran PT Hardaya Widya Graha Menggunakan Media Sosial Instagram" yang disusun oleh

Nama : Lavenia Maudy Natassya

NRP : 4105019024

Program Studi : Administrasi Perkantoran D-III

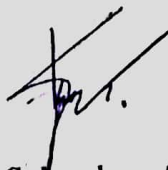
telah diujikan dan dipertahankan di hadapan Dewan Penguji pada Sidang Tugas Akhir yang berlangsung pada 7 Juni 2022

Menurut pandangan kami, tugas akhir ini sudah memadai dari segi kualitas sebagai pemenuhan persyaratan kelulusan mata kuliah Tugas Akhir dan salah satu persyaratan penyelesaian studi dari Program Studi Administrasi Perkantoran D-III Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 7 Juni 2022

Dewan Penguji:

Penguji I,



Philipus Suryo Subandoro, S.Kom., M.Kom.

NIDN 0711057602

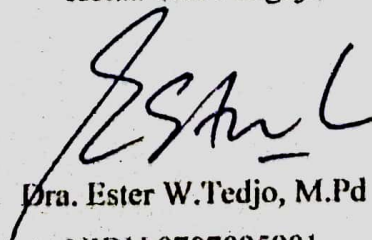
Penguji II,



Indriana Lestari, S.Sos., M.A.

NIDN 0711107601

Ketua Tim Penguji,



Dra. Ester W. Tedjo, M.Pd

NIDN 0707095901

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir yang ditulis oleh Lavenia Maudy Natassya 4105019024 dengan judul "Strategi Pemasaran PT Hardaya Widya Graha Menggunakan Media Sosial Instagram" telah diuji dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji pada tanggal 7 Juni 2022.

 Dekan,
Judriana Lestari, S.Sos., M.A.
NIK 411.99.0017

Ketua Program Studi,

Andreas E. Hadisoebroto, S.Sos., M.M.
NIK 411.04.0025

PRAKATA

Puji Syukur ke hadirat Allah Bapa yang Maha Kuasa, atas segala kasih dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran di PT Hardaya Widya Graha Menggunakan Media Sosial”. Laporan tugas akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan pendidikan pada Program Studi Administrasi Perkantoran D-III di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan Tugas Akhir ini tentunya tidak lepas dari bantuan dan dukung berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Roby selaku *Head of Human Resource* dari PT Hardaya Widya Graha yang telah memberikan penulis kesempatan untuk melaksanakan kegiatan PKL;
2. Kak Regine Ayu, kak Dean Joshua, dan kak Soffan Abraham yang telah mendampingi penulis selama melaksanakan PKL di divisi marketing communication PT Hardaya Widya Graha;
3. Para rekan kerja di PT Hardaya Widya Graha yang telah membimbing penulis selama melaksanakan kegiatan PKL;
4. Dra. Ester W. Tedjo, MPd. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran bagi penulis dalam proses penyusunan tugas akhir ini;
5. Bapak Andreas E. Hadisoebroto, S.Sos., M.M.selaku Dosen Wali Studi Akademik yang telah membantu dan membimbing selama penulis menjadi mahasiswi;
6. Para staf dan dosen pengajar di Fakultas Vokasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah berjasa bagi penulis selama menjadi mahasiswi;
7. Keluarga yang telah mendukung dan memberikan semangat bagi penulis selama menjalankan studi;
8. Saudari Amelia Milano, saudari Florita Vania, saudari Margaretha Kiki Amelia, dan saudari Vania Michelle, sebagai sahabat yang selalu memberikan dukungan dan membantu penulis selama proses penyelesaian Tugas Akhir ini.

Penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun untuk Laporan Tugas Akhir ini. Akhir kata, Penulis berharap Laporan Tugas Akhir ini dapat membawa manfaat yang baik bagi seluruh pihak.

Surabaya, Mei 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
Halaman	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
Halaman	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
Halaman	xii
RINGKASAN	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Penulisan Tugas Akhir	2
1.4 Manfaat Penulisan Tugas Akhir.....	2
1.5 Sistematika Penulisan	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Pemasaran dan Strategi Pemasaran	4
2.3 Jenis-jenis Pemasaran	6
2.4 Konsep Strategi Pemasaran	7
2.5 Langkah-Langkah Penyusunan Strategi Pemasaran	8
2.6 Instagram	10
BAB III GAMBARAN UMUM.....	11

3.1 Gambaran Umum PT Hardaya Widya Graha.....	11
3.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	12
3.2 Pelaksanaan Kegiatan PKL.....	13
3.2.3 Membuat Laporan Mingguan	14
BAB IV PEMBAHASAN	16
4.1 Strategi Pemasaran di PT Hardaya Widya Graha	16
4.2 Cara Divisi <i>Marketing</i> Meningkatkan Jumlah <i>Account Reach</i> Instagram.....	20
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	24
5.1 Kesimpulan.....	24
5.2 Saran.....	24
LAMPIRAN	26

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Tampilan Gantt <i>Chart</i>	15
Gambar 4.1 Tampilan Instagram Grand City Mall	17
Gambar 4.2 <i>Feeds</i> Instagram Grand City Mall.....	18
Gambar 4.3 <i>Story</i> Instagram Grand City Mall.....	19
Gambar 4.4 <i>Reels</i> Instagram Grand City Mall.....	19
Gambar 4.5 <i>Insight</i> Instagram Grand City Mall	20
Gambar 4.6 <i>Content Reach</i> Grand City Mall.....	21

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Struktur Organisasi PT Hardaya Widya Graha	25
Lampiran 2. Daftar Hadir Praktik Kerja Lapangan.....	26
Lampiran 3. Laporan Kegiatan Harian Praktik Kerja Lapangan	28
Lampiran 4. Surat Keterangan Penyelesaian Praktik Kerja Lapangan	39
Lampiran 5. Lembar Bimbingan PKL	40

RINGKASAN

Strategi Marketing PT Hardaya Widya Graha Dengan Menggunakan Media Sosial Instagram; Lavenia Maudy Natassya; 4105019024; Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Laporan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Marketing di PT Hardaya Widya Graha. Data diperoleh penulis melalui observasi selama menjalankan PKL di PT Hardaya Widya Graha. Laporan Tugas Akhir ini akan menjelaskan mengenai strategi pemasaran yang digunakan oleh PT Hardaya Widya Graha untuk memasarkan Grand City Mall. PT Hardaya Widya Graha memanfaatkan media sosial sebagai strategi pemasarannya untuk mempromosikan Grand City Mall. Perusahaan ini memilih instagram sebagai salah satu media sosial yang aktif untuk memberikan informasi seputar *event* yang sedang berlangsung, promo tenant, dan beberapa informasi kepada audiens di instagram. Alasan PT Hardaya Widya Graha memanfaatkan instagram untuk kegiatan pemasarannya karena hampir semua orang pada saat ini memiliki akun instagram, yang artinya semakin besar peluang untuk mendapatkan audiens. Sehingga konten yang diunggah memungkinkan untuk dilihat oleh banyak orang. Konten yang akan diunggah harus dibuat semenarik mungkin untuk menarik perhatian audiens melihat konten tersebut. Strategi pemasaran yang dipilih oleh PT Hardaya Widya Graha berhasil karena hampir semua konten yang diunggah berhasil mendapatkan banyak penonton dan pengikut Instagram Grand City Mall juga cukup aktif. Namun penulis menyarankan agar PT Hardaya Widya Graha dapat aktif juga di media sosial lainnya, sehingga semakin banyak orang yang mengetahui informasi seputar apa saja yang sedang berlangsung di Grand City Mall. Melalui penulisan Laporan Tugas Akhir ini penulis berharap saran yang diberikan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi PT Hardaya Widya Graha untuk semakin mengembangkan strategi pemasaran melalui media sosial lainnya.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, PT Hardaya Widya Graha, Grand City Mall, media sosial

ABSTRACT

Marketing Strategy of PT Hardaya Widya Graha by Using Social Media Instagram; Lavenia Maudy Natassya; 4105019024; 2022; Widya Mandala Surabaya Catholic University

This final report aimed to determine the marketing strategy at PT Hardaya Widya Graha by using social media. The data were obtained by the writer through observation during internship period at PT Hardaya Widya Graha. This final report will explain the marketing strategy used by PT Hardaya Widya Graha to promote Grand City Mall. PT Hardaya Widya Graha use social media as their marketing strategy to promote Grand City Mall. This company choose Instagram as one of their active social media to give information about ongoing events, tenant promos, and so many information to their audience on Instagram. The reason why PT Hardaya Widya Graha use Instagram for their marketing activities is because nowadays almost everyone has Instagram acounth, which means the greater the opportunity to get an audience. So that the uploaded content allows it to be seen by many people. The content to be uploaded must be made as attractive as possible to attract the attention of the audience to see the content. The marketing strategy chosen by PT Hardaya Widya Graha is success because almost all the uploaded content gets a lot of viewers and Grand City Mall Instagram's followers are also quite active. However, the author suggests that PT Hardaya Widya Graha can also be active on other social media, so that more people will know information about what is going on at Grand City Mall. Through writing this Final Project, the writer hopes that the suggestions given can be used as consideration for PT Hardaya Widya Graha to further develop marketing strategies through other social media.

Keyword: Marketing Strategy, PT Hardaya Widya Graha, Grand City Mall, Social Media