

LAPORAN KERJA PRAKTIK
PRAKTIK STRATEGI *DIGITAL MARKETING* BALITA PADA
E-COMMERCE



Disusun oleh :

Maria Fransisca Tiara Pambut
NRP : 1423021024

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYAMANDALA SURABAYA
SURABAYA
2024

LAPORAN KERJA PRAKTIK
PRAKTIK STRATEGI *DIGITAL MARKETING* BALITA PADA
E-COMMERCE

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



Disusun oleh :

Maria Fransisca Tiara Pambut
NRP : 1423021024

PROGRAM STUDI ILMUKOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYAMANDALA SURABAYA
SURABAYA
2024

PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maria Fransisca Tiara Pambut

NRP : 1423021024

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam laporan kerja praktik yang berjudul:
"PRAKTIK STRATEGI *DIGITAL MARKETING* BALITA PADA *E-COMMERCE*" adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri.
Segala kutipan 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, 13 November 2024

Penulis,



Maria Fransisca Tiara Pambut
NRP. 1423021024

**PRAKTIK STRATEGI *DIGITAL MARKETING* BALITA
PRAKTIK STRATEGI *DIGITAL MARKETING* BALITA PADA
*E-COMMERCE***

OLEH:

MARIA FRANSISCA TIARA PAMPUT
NRP: 1423021024

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN. 0725058704

Tanggal: 13 November 2024

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI



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

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH:

MARIA FRANSISCA TIARA PAMBUT

NRP. 1423021024

TELAH DIUJI PADA HARI RABU, 13 NOVEMBER 2024 DAN
DINYATAKAN LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI,



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

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



Brigitta Revia 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 Maria Fransisca Tiara Pambut

NRP 1423021024

Dengan ini SETUJU Karya Ilmiah saya dengan judul:

"PRAKTIK STRATEGI DIGITAL MARKETING BALITA

PADA E-COMMERCE" Untuk dipublikasikan/ ditampilkan di internet atau media lain

(*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk

kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta yang berlaku.

Demikian surat pernyataan persetujuan publikasi Karya Ilmiah ini saya
buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 13 November 2024
Yang menyatakan,



The image shows a handwritten signature in black ink over a rectangular stamp. The stamp contains the text 'MCTI' and 'TEMEL' in a stylized font, with a small emblem above it. Below the signature, the text 'DFAMX062786762' is visible.

Maria Fransisca Tiara Pambut
NRP. 1423021024

HALAMAN PERSEMBAHAN

Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih-Nya, penulis akhirnya dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini dengan baik. Mulai dari mencari tempat kerja praktik, penulisan proposal, pelaksanaan kerja praktik, bimbingan, hingga penyusunan laporan ini. Penulis juga berterima kasih kepada orang tua tercinta, dosen pembimbing, serta saudara dan teman-teman yang selalu mendukung selama proses ini.

Laporan ini menjadi wujud usaha penulis dalam meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Semoga laporan ini bisa membanggakan keluarga dan memberikan manfaat bagi banyak orang.

Surabaya,
Penulis,

Maria Fransisca Tiara Pambut
NRP. 1423021024

KATA PENGANTAR

Penulis bersyukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena berkat dan anugerah-Nya, penulis bisa menyelesaikan proses magang hingga penyusunan laporan ini, yang merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi sekaligus bagian dari pembelajaran. Penulis sangat menyadari bahwa seluruh proses kerja praktik dan pembuatan laporan ini tidak terlepas dari doa serta dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, melalui tulisan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada.

1. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Stanislaus dan Ibu Kristina, yang selalu memberikan cinta, perhatian, dan pengorbanan tanpa henti. Penulis sadar, segala yang penulis capai hari ini tak lepas dari doa dan dukungan mereka. Terima kasih telah menjadi sumber kekuatan dan inspirasi bagi penulis sampai dititik ini, serta selalu ada di setiap langkah penulis.
2. Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing kerja praktik penulis. Terimakasih atas segala bimbingan, pengajarannya, dan kesabarannya yang diberikan, serta segala motivasi dan semangat untuk penulis bisa sampai ditahap ini.
3. Gaudens Dillalino Pambut, selaku kakak tercinta penulis. Terima kasih banyak atas segala semangat yang diberikan kepada penulis.
4. Ibu Chitra selaku General Manager perusahaan BaLiTa, Kak Pucu, Kak Tasya, Kak Ambar, Kak Tomo yang terkasih. Terimakasih atas segala bimbingan dan pembelajaran yang begitu berarti bagi penulis. Terima kasih atas segala canda tawa

yang diberikan, sehingga penulis bisa merasakan kenyamanan ditengah keheeningan lantai 3. Terima kasih juga motivasi yang diberikan kepada penulis selama magang 2,5 bulan di BaLiTa

5. Ibu Sri dan Kak Merlin terimakasih banyak atas segala cinta yang diberikan setiap harinya selama magang. Sehingga penulis memiliki tempat yang nyaman untuk melepas kepenatan ketika sedang mengerjakan tugas magang, yang selalu mendengarkan cerita penulis, sehingga penulis merasa nyaman dan dicintai dengan tulus.
6. Putri Beauty Goldini Florenzko, selaku partner magang BaLiTa selama 2,5 bulan. Terimakasih atas segala perjuangan semangat dan jerih payahnya selama magang. Suka duka dari berangkat, pulang, ban bocor, dan motor mogok sudah dilalui bersama. Terimakasih sudah menjadi pengisi kekosongan satu sama lain selama magang, apalagi ketika sedang live shopping. Terimakasih atas segala tawa yang diberikan selama berproses di BaLiTa.
7. Tirza, Erlina, Agnes Vania, Veve dan rekan penulis yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terimakasih atas semangat dan dukungannya, serta kritik dan saran yang diberikan untuk penulis.

Surabaya,
Penulis,

Maria Fransisca Tiara Pambut
NRP. 1423021024

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
RINGKASAN.....	xii
ABSTRACT	xiv
BAB I.....	1
LATAR BELAKANG.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Bidang Kerja Praktik	5
1.3 Tujuan Tugas Akhir.....	5
1.4 Manfaat bagi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya	6
1.5 Manfaat Bagi Perusahaan.....	6
1.6 Tinjauan Pustaka	7
BAB II TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	6
2.1. Tempat Kerja Praktik.....	6
2.2. Waktu dan Pelaksanaan Kerja Praktik	8
2.3. Sumber :O lahan Penulis	22
BAB III PEMBAHASAN	35
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	53
4.1 Kesimpulan.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	36
DAFTAR LAMPIRAN	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo BaLiTa.....	6
Gambar 2. 2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan BaLiTa	7
Gambar 2. 3 Konten List BaLiTa	15
Gambar 2. 4 Story Board.....	16
Gambar 2. 5 Pembuatan Konten Produk Boneka	18
Gambar 2. 6 Proses Editing Konten BaLiTa	19
Gambar 2. 7 Evaluasi Konten BaLiTa.....	22
Gambar 2. 8 Live Shopping BaLiTa	24
Gambar 2. 9 Live Shopping Tokopedia.....	26
Gambar 3 1 Akun Shoppe BaLiTa	42
Gambar 3 2 Konten BaLiTa Aman Untuk K iddos.....	44
Gambar 3 3 Konten Tips Memilih Buku Cerita	45
Gambar 3 4 Akun Tiktok BaLiTa	46
Gambar 3 5 Akun Tokopedia BaLiTa	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Laporan Kegiatan PKL.....	
Lampiran 2 Laporan Kegiatan PKL.....	
Lampiran 3 Laporan Kegiatan PKL	
Lampiran 4 Laporan Kegiatan PKL	
Lampiran 5 Daftar Hadir Kegiatan PKL	
Lampiran 6 Daftar Hadir Kegiatan PKL	

ABSTRAK

Strategi digital marketing di PT Citra Balita Kirana (BaLiTa) melalui platform media sosial, yang berfokus pada produk-produk anak. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang efektif guna meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) dan keterlibatan (*engagement*) audiens, terutama di kalangan orang tua muda. Penulis berperan dalam pembuatan konten, penyusunan storyboard, pelaksanaan live shopping, serta evaluasi performa konten pada platform *E-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, TikTok Shop, dan media sosial Instagram. Menunjukkan bahwa strategi digital marketing yang terencana dan sistematis, terutama dengan pendekatan *pull marketing*, dapat efektif dalam menarik minat audiens terhadap konten dan produk BaLiTa. Konten edukasi, pengetahuan produk, dan interaksi langsung dengan audiens berhasil meningkatkan engagement, sedangkan *live shopping* berkontribusi signifikan dalam peningkatan penjualan. Evaluasi mingguan dilakukan untuk meninjau minat audiens terhadap jenis konten yang paling diminati. Laporan ini diharapkan dapat memberikan referensi praktis bagi perusahaan dalam merancang strategi *digital marketing* yang sesuai dengan target audiens dan *platform digital*.

Kata Kunci : Digital Marketing, PT Citra BaLiTa Kirana, Brand Awareness, E-commerce Platforms

ABSTRACT

Digital Marketing Strategy at PT Citra Balita Kirana (BaLiTa) Through Social Media Platforms, Focused on Children's Products. The primary goal of this activity is to implement an effective digital marketing strategy to enhance brand awareness and audience engagement, especially among young parents. The author was involved in content creation, storyboard development, live shopping execution, and content performance evaluation on e-commerce platforms such as Shopee, Tokopedia, TikTok Shop, and social media platform Instagram. The findings indicate that a well-planned and systematic digital marketing strategy, especially with a pull marketing approach, can effectively attract the audience's interest in BaLiTa's content and products. Educational content, product knowledge, and direct audience interaction successfully increased engagement, while live shopping contributed significantly to sales growth. Weekly evaluations were conducted to assess audience preferences for the most favored types of content. This report is expected to provide practical references for the company in designing digital marketing strategies tailored to the target audience and digital platforms.

Keywords : Digital Marketing, PT Citra BaLiTa Kirana, Brand Awareness, E-commerce Platforms