

**ANALISIS PEMASARAN KONTEN MEDIA SOSIAL PADA
PERUM BULOG WILAYAH DKI JAKARTA - BANTEN
(INSTAGRAM @BULOGBISNIS.JAKARTA)**

CLARA ELENA

1702519013



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan mendapatkan gelar
Sarjana Terapan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PEMASARAN DIGITAL

PROGRAM SARJANA TERAPAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

***ANALYSIS OF SOCIAL MEDIA CONTENT MARKETING AT
PERUM BULOG REGION DKI JAKARTA - BANTEN
(INSTAGRAM @BULOGBISNIS.JAKARTA)***

CLARA ELENA

1702519013



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

This thesis was prepared as one of the requirements to obtain an Applied Bachelor's degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta.

***DIGITAL MARKETING STUDY PROGRAM
BACHELOR OF APPLIED SCIENCE PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

2024

LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dra. Sholikhah, MM
NIP/NIDK : 196206231990032001
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Dewi Agustin Pratama Sari,
S.E., M.S.M
NIP/NIDK : 199308272020122024
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Clara Elena
No. Registrasi : 1702519013
Program Studi : D4 Pemasaran Digital
Judul Skripsi : Analisis Pemasaran Konten
Media Sosial Pada Perum Bulog
Wilayah DKI Jakarta - Banten
(Instagram @Bulogbisnis.Jakarta)

untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Jakarta, 04 Juni 2024

Dosen Pembimbing I

Dra., Sholikhah M.M.
NIP/NIDK. 196206231990032001

Dosen Pembimbing II

Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M
NIP/NIDK. 199308272020122024

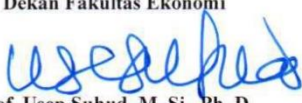
Mengetahui,
Koord. Program Studi Pemasaran Digital


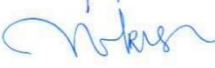



Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D
NIP. 197412212008121001

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi


Prof. Usep Suhud, M. Si., Ph. D.
NIP. 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Ika Febrilia, S.E., M.M NIP 198702092015042001 (Ketua Penguji)		25 Juli 2024
2	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A., CHRP NIP 199111022022032013 (Penguji 1)		25 Juli 2024
3	Rahmi, SE, M.S.M NIP 198305012018032001 (Penguji 2)		25 Juli 2024
4	Dra. Sholikhah, MM NIP 196206231990032001 (Pembimbing 1)		25 Juli 2024
5	Dewi Agustin Pratama Sari, SE., MSM NIP 199308272020122024 (Pembimbing 2)		25 Juli 2024

Nama : Clara Elena
No. Registrasi : 1702519013
Program Studi : D4 Pemasaran Digital
Tanggal Lulus : 25 Juli 2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Clara Elena
NIM : 1702519013
Program Studi : D4 Pemasaran Digital
Judul Skripsi : Analisis Pemasaran Konten Media Sosial pada
Perum Bulog Wilayah DKI Jakarta – Banten
(Instagram @bulogbisnis.jakarta)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan duplikasi skripsi yang dibuat oleh orang lain. Maka dari itu saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 11 Agustus 2024



Clara Elena

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan Syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi pada “Analisis Pemasaran Konten Media Sosial pada Perum Bulog Wilayah DKI Jakarta – Banten (Instagram @bulogbisnis.jakarta)”. Skripsi ini ditulis sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Sepanjang penulisan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dan saran dari berbagai pihak. Untuk itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D selaku Koordinator Program Studi Sarjana Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
2. Dra. Sholikhah, MM Dosen selaku Dosen Pembimbing satu yang membantu dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M selaku Dosen Pembimbing dua yang membantu dan membimbing peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Usep Suhud, M.Si., Ph.D selaku selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
5. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan semangat serta doa dalam menjalankan penelitian skripsi hingga selesai.

6. Rendy Saktiko dan Perum Bulog Kanwil DKI Jakarta yang telah mendukung dan bersedia menjadi responden peneliti.
7. Alifia Syarifa Zahra, Eva Dwi E, Ridha Alfia Zachra, Biagi Satrio Widjoseno, Tasya Salsabila Kadis, Raisa Anggraeni, Rahil Krisda Septy dan teman-teman lainnya yang ikut serta membantu dalam penelitian dan memberikan doa serta motivasi dalam penelitian ini.
8. Teman-teman D4 Pemasaran Digital Angkatan 2019 yang telah memberikan dukungan kepada peneliti agar menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa laporan penelitian ini masih banyak kekurangan dalam hal penulisan serta penyajiannya. Oleh sebab itu, peneliti mengharapkan segala kritik dan saran dari berbagai pihak yang bersifat membangun. Peneliti berharap semoga laporan skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 12 Agustus 2024

Clara Elena

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pemasaran konten media sosial. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian ini adalah Instagram @bulogbisnis.jakarta. Metode dalam penelitian ini adalah studi kasus. Sumber data pada penelitian ini adalah sumber primer. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis Tematik. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teori Chris Heurer 4C (*Context, Communication, Collaboration, Connection*) Kegiatan yang digunakan dalam analisis data adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis penelitian, maka diambil kesimpulan sebagai berikut: Kesimpulan yang didapat pada poin *context* yaitu konten yang diunggah Instagram @bulogbisnis.jakarta mudah dipahami dari sisi makna dan gaya bahasa yang komunikatif. Kesimpulan yang didapat pada poin *communication* yaitu konten yang diunggah Instagram @bulogbisnis.jakarta sudah cukup jelas dan akurat dengan keadaan sebenarnya namun mendapatkan sedikit komentar dikarenakan kurangnya kreativitas pada konten, di sisi lain konten yang diunggah tetap menciptakan persepsi yang positif kepada citra Perum Bulog dan memberikan kontribusi besar karena menciptakan pesanan baru melalui *direct message* dan *call center* yang tertera pada konten yang diunggah. Kesimpulan yang didapat pada poin *collaboration* yaitu Instagram @bulogbisnis.jakarta telah memanfaatkan fitur yang tersedia di Instagram untuk memudahkan pengikut melihat konten yang diunggah serta Perum Bulog sudah melakukan kerjasama yang cukup baik dengan Instagram @bulogbisnis.jakarta dengan cara *me-repost* unggahan dari Instagram @bulogbisnis.jakarta. Kesimpulan yang didapat pada poin *connection* yaitu telah melakukan perbaikan dalam kecepatan merespon baik dari komentar, *direct message* dan *call center* serta untuk menjaga hubungan baik dan berkelanjutan dengan para pengikut, Instagram @bulogbisnis.jakarta memberikan apresiasi melalui konten *giveaway*.

Kata Kunci: Pemasaran Konten, Instagram, @bulogbisnis.jakarta.

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze social media content marketing. This research uses a descriptive method with a qualitative approach. The subject of this research is Instagram @bulogbisnis.jakarta. The method in this research is a case study. The data sources in this study are primary sources. Data analysis in this study uses thematic analysis. The theory used in this research is using Chris Heurer 4C theory (Context, Communication, Collaboration, Connection) The activities used in data analysis are data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Based on the results of research processing and analysis, the following conclusions were drawn: The conclusion can be gained at the context point, namely the content uploaded by Instagram @bulogbisnis.jakarta is easy to understand in terms of meaning and communicative language style. The conclusion that was gained at the communication point was that the content uploaded by Instagram @bulogbisnis.jakarta was quite clear and accurate with the actual situation but received few comments due to the lack of creativity in the content, on the other hand the uploaded content still created a positive perception of Bulog's image and made a big contribution because it created new orders through direct messages and call centers listed in the uploaded content. The conclusion that can be gained at the collaboration point is that Instagram @bulogbisnis.jakarta has utilized the features available on Instagram to make it easier for followers to see the uploaded content and Bulog has collaborated quite well with Instagram @bulogbisnis.jakarta by reposting uploads from Instagram @bulogbisnis.jakarta. The conclusion gained at the connection point is that it has made improvements in the speed of response both from comments, direct messages and call centers and to maintain good and sustainable relationships with followers, Instagram @bulogbisnis.jakarta provides appreciation through giveaway content.

Keyword: Content Marketing, Instagram, @bulogbisnis.jakarta.