

**PROSES PEMBUATAN KONTEN PROMOSI VIDING.CO  
MELALUI PLATFORM INSTAGRAM**

Laporan Tugas Akhir Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Memperoleh Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Mercu Buana



Nama : Gia Aulia Fikri  
NIM : 33119010018

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2022**

LAPORAN TUGAS AKHIR  
PROSES PEMBUATAN KONTEN PROMOSI VIDING.CO MELALUI  
PLATFORM INSTAGRAM

Oleh:

Gia Aulia Fikri

NIM: 33119010018

Disetujui untuk Ujian Akhir Laporan Tugas Akhir

Pada tanggal:

2 September 2022

1. Renno Reymond Okto Z, ST., MM. Pembimbing



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Mengetahui,

Ketua Program Studi D3 Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana



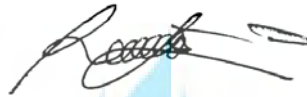
Dr. Catur Widayati, SE.,MM.

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nama : Gia Aulia Fikri  
NIM : 33119010018  
Program Studi : D3 Manajemen  
Judul Tugas Akhir : Proses Pembuatan Konten Promosi Viding.co Pada Platfrom Instagram  
Tanggal Sidang : 2 September 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



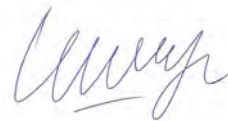
Renno Reymond Okto Zulfikar, ST, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi D3 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. Catur Widayati, SE., MM

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

LPTA 09221531



Please Scan QRCode to Verify

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gia Aulia Fikri

NIM : 33119010018

Program Studi : D3 Manajemen

Menyatakan bahwa laporan tugas akhir ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan laporan tugas akhir ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 15 Agustus 2022



Gia Aulia Fikri

33119010018

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan judul “Proses Pembuatan Konten Promosi Viding.co Melalui Platform Instagram”. Laporan tugas akhir ini merupakan syarat untuk memperoleh gelas Ahli Madya pada Program Studi D3 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Penyusunan laporan tugas akhir ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan tugas akhir ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Dr.Catur Widayati, SE., MM. selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen
4. Bapak Renno Reymond Okto Z,ST., MM. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya laporan tugas akhir ini.
5. Bapak Andreas Kritian Imanuel, selaku Head of Marketing Communication and Public Relation yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat yang sangat bermanfaat pada saat penulis melakukan magang.
6. Bapak Mohamad Hasbih, selaku Head of HR and Legal yang telah memberikan penulis kesempatan untuk bisa magang di Viding.co
7. Karyawan-karyawan Viding.co yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, pengalam dan memberikan ijin kepada penulis untuk magang.
8. Para dosen FEB Universitas Mercu Buana yang telah mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
9. Para pegawai tata usaha yang telah membantu dalam mengurus kebutuhan administrasi-administrasi penulis.

10. Teristimewa kedua orang tuaku yang tercinta yang sudah mendoakan untuk penulis dalam menulis laporan tugas akhir ini.
11. Tersayang sahabat penulis, Fara Ansya, Fitri Annisa, Carissa Salsabila, Rifda Ar-rahmani, Betary Nurfitri Syahlan, serta teman-teman D3 Manajemen Angkatan 2019 dan 2020 yang tidak disebutkan satu-satu. Semoga kita semua dapat mewujudkan impian kita.
12. Teman-teman FEB Universitas Mercu Buana, khususnya Rizky Mustika Anggraeni, Reza Fairuzzabadi, Nuraenie Oktavianthie, Habibah Annisa Ramadhaningtias, yang telah memberikan semangat kepada penulis.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam laporan tugas akhir ini. Akhir kata, semoga laporan tugas akhir ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



Jakarta, 15 Agustus 2022

Gia Aulia Fikri

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>iv</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penulisan .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Metode Penelitian.....	7
1. Desain Penelitian.....	7
2. Metode Pengumpulan Data .....	7
3. Metode Analisis Data .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
A. Landasan Teori.....	9

1. Pengertian Pemasaran .....	9
2. Pengertian Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	10
3. Pengertian Promosi .....	12
4. Pengertian Bauran Promosi.....	13
5. Pengertian Konten.....	15
6. Pengertian Platfrom.....	16
7. Pengertian Instagram.....	17
B. Penelitian Terdahulu .....	18
C. Kerangka Berpikir Penelitian.....	21
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>22</b>
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	22
1. Profil Viding.co.....	22
2. Visi dan Misi Viding.co.....	23
3. Sejarah Viding.co.....	23
4. Struktur Organisasi Viding.co.....	25
5. Produk dan Layanan Perusahaan .....	25
B. Pembahasan.....	27
1. Pelaksanaan Magang.....	28
2. Tugas dan Tanggung Jawab <i>Marketing Communication and Public Relation</i> .....	29
3. <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> Viding.co.....	30
4. Proses Pembuatan Konten Promosi Viding Pada Platform Instagram.....	31



5. <i>Report Insight</i> Bulan Juni sampai Agustus 2021 .....	36
6. Masalah yang Dihadapi Viding.co .....	39
7. Pemecahan Masalah .....	40
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>42</b>
A. Kesimpulan .....	42
B. Saran.....	43
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>45</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>48</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Viding.co.....	22
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Viding.co.....	25
Gambar 3.3 Excel <i>Content Pillar</i> .....	32
Gambar 3.4 Excel Materi <i>Content</i> .....	33
Gambar 3.5 Contoh Desain untuk Diposting .....	33
Gambar 3.6 Onedrive Folder SETRIM.....	34
Gambar 3.7 Foto Pernikahan Bintang dan Alca.....	35



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Report Insight</i> Instagram Bulan Juni .....	36
Tabel 3.2 <i>Report Insight</i> Instagram Bulan Juli .....	37
Tabel 3.3 <i>Report Insight</i> Instagram Bulan Agustus .....	38



## DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1 <i>Flowchart</i> Pembuatan Konten untuk Instagram .....	31
---	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Form Penilaian Magang.....	48
Lampiran 2. Foto Bersama Dengan Tim <i>Marketing Communication and Public Relation</i> .....	49
Lampiran 3. Foto Dilapangan .....	50

