

**SOCIAL MEDIA MARKETING “CIREBORN” : PROJECT
PENTAHHELIX NETWORK REGIONAL III PT TELKOM
INDONESIA (PERSERO) TBK**

TUGAS AKHIR



oleh:

**DIEDRA DAFFA ISLAMAY UMAIROH
NIM 151910813031**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
DEPARTEMEN BISNIS
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS AIRLANGGA
2022**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Bagian atau keseluruhan isi Tugas Akhir ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan / atau Universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan / ditulis oleh individu selain penyusun, kecuali bila dituliskan dengan format dalam isi Tugas Akhir.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 6 Juli 2022

Penulis



Diedra Daffa Islamay Umairoh

NIM. 151910813031

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**SOCIAL MEDIA MARKETING “CIREBORN” :
PROJECT PENTAHHELIX NETWORK REGIONAL III PT TELKOM
INDONESIA (PERSERO) TBK**

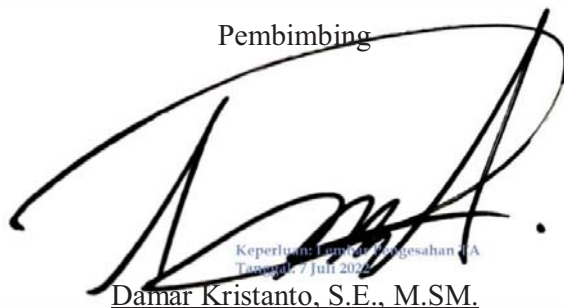
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya
Bidang Manajemen Pemasaran
Pada Departemen Bisnis Fakultas Vokasi
Universitas Airlangga

Oleh:

Diedra Daffa Islamay Umairoh
NIM. 151910813031

Disetujui Oleh:

Pembimbing

A large, stylized handwritten signature in black ink, likely belonging to the supervisor, Damar Kristanto. The signature is fluid and cursive, with a prominent loop at the end.

Keperluan Dikawatir Pengesahan 4A
Tanggal: 7 Juli 2024
Damar Kristanto, S.E., M.SM.

NIP. 198905022018083101

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Tugas Akhir Ini Telah Diujikan dan Disahkan Dihadapan Komisi Penguji

Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran

Departemen : Bisnis

Fakultas : Vokasi Universitas Airlangga

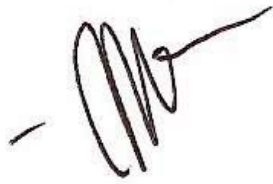
Hari/Tanggal : Jumat, 22 Juli 2022

Pukul : 13.47 WIB

Tempat : Fakultas Vokasi Universitas Airlangga

Panitia Penguji terdiri dari:

Anggota Penguji I



Maurisia Putri Permatasari, S.E, M.Sc.

NIP. 198609222015043201

Anggota Penguji II



Rizka Miladiah Ervianty, S.E.,M.SM.

NIP. 198101272015043201

PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR

Tugas akhir ini dipublikasikan, namun tersedia di perpustakaan dalam lingkungan Universitas Airlangga, diperkenankan untuk dipakai sebagai referensi kepustakaan, tetapi pengutipan harus seizing penyusun dan harus menyebutkan sumbernya sesuai kebiasaan ilmiah.

Dokumen tugas akhir ini merupakan hak milik Universitas Airlangga.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang Berjudul “SOCIAL MEDIA MARKETING “CIREBORN” : PROJECT PENTAHHELIX NETWORK REGIONAL III PT TELKOM INDONESIA (PERSERO) TBK” dengan baik dan tepat waktu. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan kelulusan akademik pada Program Diploma III Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Vokasi Universitas Airlangga.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah memberikan motivasi ataupun telah membantu penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir ini, diantaranya :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya.
2. Orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan baik secara moral maupun materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Prof. Dr. Anwar Ma’aruf, M.Kes, drh selaku Dekan Fakultas Vokasi Universitas Airlangga Surabaya yang telah memberikan kesempatan penulisan untuk menempuh jenjang pendidikan di Fakultas Vokasi Universitas Airlangga Surabaya.
4. Ibu Maurisia Putri Permatasari, S.E., M.Sc. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Vokasi Universitas Airlangga.
5. Bapak Damar Kristanto, S.E, M.SM. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan motivasi selama kegiatan magang

berlangsung serta memberikan pengarahan penyusunan Tugas Akhir.

6. Segenap dosen Fakultas Vokasi Universitas Airlangga Surabaya yang telah mendidik dan memberikan pengetahuan yang berguna selama perkuliahan.
7. Bapak Buang Santoso selaku Mentor *Digital Marketing*, Bapak Novan, dan Bapak Fauzan Faisal selaku *Tribe Leader* yang telah bersedia memberikan wawasan terkait penelitian yang sedang penulis jalankan dan atas waktu yang telah diberikan.
8. Kak Kavin dan Mas Venggar selaku narasumber perwakilan dari *stakeholder* Kota Cirebon yang bersedia membantu penulis dalam memberikan wawasan terkait penelitian yang sedang penulis jalankan dan atas waktu yang telah diberikan.
9. Partner *squad* penulis selama di tempat magang yaitu Gita, Nada, Aristawin, Renada, Una, Raihan, Swestia, dan Sinta yang telah memberikan motivasi, menemani, memberikan saran, dan bekerjasama dalam melaksanakan *project Cirebon* yang digunakan penulis sebagai topik penelitian Tugas Akhir ini.
10. Kepada salah satu partner terbaik penulis, Moch. Firdaus Rizaldy yang selalu memotivasi, memberikan saran, menemani, dan juga memberi semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Para sahabat dan partner penulis selama masa kuliah yaitu, Eva, Husna, Syafa, Chio, Adam yang selalu memotivasi, memberikan saran, bantuan dan menemani penulis selama perkuliahan baik *offline* maupun *online*
12. Seluruh teman Manajemen Pemasaran 2019 yang telah memberikan semangat dan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Akhir kata, dengan segala kekurangan dan keterbatasan yang ada, penulis berharap Laporan Magang ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi seluruh pihak yang membacanya.

Surabaya, 06 Juli 2022

Penulis

ABSTRAK

Kementerian BUMN didukung oleh Telkom Indonesia telah memperlihatkan komitmennya untuk mendukung kebutuhan akan kemampuan inovasi dan kemandirian teknologi dengan membentuk *Indonesia Telecommunication and Digital Research Institute* atau ITDRI. ITDRI akan membangun kolaborasi dengan semua elemen pentahelix baik universitas, bisnis (khususnya BUMN), komunitas, lembaga pemerintahan dan penyedia teknologi yang ingin berpartisipasi dalam mewujudkan kemandirian teknologi, kemampuan inovasi dan penyiapan talenta digital Indonesia melalui *project* Pentahelix Network. Dengan kelahiran dari *project Pentahelix Network* yang berada dibawah naungan *Partnership Operations Management* Telkom yang berkolaborasi bersama program Magang dan Studi Independen Bersertifikat dari Kemendikbudristek, maka mulai terbentuklah jaringan kerjasama yang melibatkan kelima elemen *helix*, yang mana salah satu perwujudannya yakni dengan kehadiran *project* “Cireborn”. *Project Cireborn* sendiri dibentuk oleh para mahasiswa yang tergabung dalam program MSIB di PT Telkom Indonesia untuk bekerjasama dengan para *stakeholder* dalam upaya untuk meningkatkan transaksi digital regional Kota Cirebon dengan melakukan *branding* terhadap produk UMKM melalui sosial media. Dalam penelitian ini penulis bertujuan untuk melakukan pengelolaan *social media marketing* (Instagram) dari *project Cireborn*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sumber data yang digunakan yakni berupa data primer dan data sekunder. Penulis menggunakan metode pengumpulan data yaitu berupa *indepth interview* dan FGD dalam penelitian ini. *Social media marketing* yang dilakukan penulis dalam penelitian ini bertujuan untuk membranding produk UMKM Kota Cirebon dengan mengenalkan *project* “Cireborn” sebagai *brand* oleh-oleh khas Cirebon kepada *audience* (*brand recognition*).

Kata kunci : *Social media marketing*, Instagram, *pentahelix network*, *Cireborn*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI.....	iii
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Yang Diharapkan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.2 Manajemen Strategis.....	8
2.3 Komunikasi Pemasaran Terpadu	9
2.4 <i>Branding</i>	11
2.4.1 Program Pemasaran untuk <i>Branding</i>	12
2.5 <i>Digital Marketing</i>	13
2.5.1 <i>Social Media Marketing</i>	16
2.5.2 Instagram	18
2.6 <i>Brand Awareness</i>	19
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Tempat dan Waktu Pelaksanaan.....	22
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	22
3.1.2 Waktu Penelitian	22

3.2 Metode Penelitian	23
3.2.1 Jenis dan Sumber Data	23
3.2.2 Proses Pengumpulan Data	24
3.2.3 Informan Penelitian.....	26
3.3 Kerangka Berpikir.....	27
3.4 Kerangka Pertanyaan	28
3.4.1 Indepth Interview dengan Mentor dan Tribe Leader Project	28
3.4.2 FGD dengan Stakeholder Kota Cirebon.....	28
3.4.3 FGD dengan Squad Member Project “Cireborn”	28
3.5 Analisis Data.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	30
4.1.1 Visi Misi Perusahaan.....	30
4.1.2 Struktur Organisasi	31
4.2 ITDRI	31
4.3 Pentahelix Network.....	32
4.4 Profil Kota Cirebon	34
4.5 <i>Project</i> Cireborn	37
Gambar 4.6 Produk Cireborn (Penulis, 2022).....	38
4.5.1 Indepth Interview dan FGD Terkait Project Cireborn	39
4.5.2 Proses Perencanaan Program Pemasaran	44
4.5.3 Program Pemasaran Sosial Media Cireborn.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian Project Tugas Akhir	22
Tabel 4.1 Content Planning	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida Brand Awareness	20
Gambar 3.1 Kerangka Berpikir	27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Telkom Corporate University Center	31
Gambar 4.2 Tiga Pilar ITDRI	32
Gambar 4.3 Pentahelix Network Telkom Indonesia.....	33
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Kota Cirebon	35
Gambar 4.5 Elemen Pentahelix Kota Cirebon	38
Gambar 4.6 Produk Cireborn	38
Gambar 4.7 Indepth Interview dengan Manager Telkom	40
Gambar 4.8 FGD dengan Stakeholder Kota Cirebon	43
Gambar 4.9 Konten This or That.....	63
Gambar 4.10 Entertainment Content	64
Gambar 4.11 Konten Inspirasi.....	64
Gambar 4.12 Konten Promosi	65
Gambar 4.13 Feeds Instagram Project Cireborn	67
Gambar 4.14 Account Reached Instagram Project Cireborn	69
Gambar 4.15 Account Engaged Instagram Project Cireborn.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi Selama Pengerjaan Project “Cireborn”	79
Lampiran 2. Form Bimbingan Tugas Akhir	80