

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION* DALAM PENGELOLAAN
AKUN MEDIA SOSIAL THE GRAND PALACE DEPARTMENT STORE
DI INSTAGRAM**



Disusun Oleh :

Tesalonika Daniar Prasetyaning Putri Jayamurti

NRP : 1423019057

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
TAHUN 2022**

**“AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION* DALAM
PENGELOLAAN AKUN MEDIA SOSIAL THE GRAND PALACE
DEPARTMENT STORE DI INSTAGRAM”**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



Disusun Oleh :

Tesalonika Daniar Prasetyaning Putri Jayamurti

NRP : 1423019057

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tesalonika Daniar Prasetyaning Putri Jayamurti

NRP : 1423019057

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul :

**“AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION* DALAM
PENGELOLAAN AKUN MEDIA SOSIAL THE GRAND PALACE
DEPARTMENT STORE DI INSTAGRAM”**

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya kami sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila kemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di jurusan, fakultas maupun universitas.

Surabaya, 14 November 2022

Penulis,



Tesalonika Daniar P. P. J

NRP. 1423019057

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Nama : Tesalonika Daniar Prasetyaning Putri Jayamurti
NRP : 1423019057
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini SETUJU Karya Ilmiah saya, dengan judul :

“*AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION* DALAM PENGELOLAAN
AKUN MEDIA SOSIAL THE GRAND PALACE DEPARTMENT STORE DI
INSTAGRAM”

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 SETUJU publikasi Karya Ilmiah in saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 November 2022

Penulis,



Tesalonika Daniar P. P. J
NRP. 1423019057

HALAMAN PERSETUJUAN

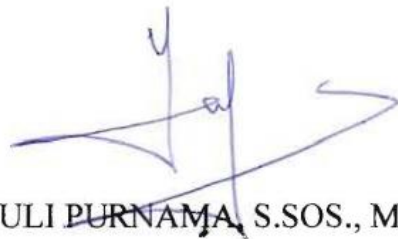
“AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION* DALAM PENGELOLAAN AKUN MEDIA SOSIAL THE GRAND PALACE DEPARTMENT STORE DI INSTAGRAM”

OLEH :

TESALONIKA DANJAR PRASETYANING PUTRI JAYAMURTI
NRP. 1423019057

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING,



DR. FINSENSIUS YULI PURNAMA, S.SOS., M.MED.KOM.

NIDN: 0719078401

TANGGAL : 17 NOVEMBER 2022

DEKAN ~~KAMPUS~~ WIDYA MADALA SINARAYA,
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



BRIGITTA REVIA SANDY FISTA, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN: 0715108903

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH :

TESALONIKA DANJAR P. P. J. NRP : 1423019057

TELAH DISETUJUI PADA TANGGAL 14 DESEMBER 2022 DAN

DINYATAKAN LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI,



THERESIA INTAN PUTRI HARTIANA, S.SOS., M.I.KOM.

NIDN :0725058704

MENGETAHUI;

DEKAN



BRIGITTA REVIA SANDY FISTA, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN: 0715108903

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis ingin mempersembahkan Makalah ini kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena oleh rahmat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Makalah ini. Penulis juga ingin mempersembahkan Makalah ini kepada kedua orang tua penulis yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan Makalah ini. Karena tanpa adanya dukungan dan nasehat dari kedua orang tua penulis, penulis tidak dapat menyelesaikan Makalah ini dengan tepat waktu. Selain itu banyak pihak-pihak lain yang ikut serta dalam mendukung dan memberikan semangat kepada penulis dalam proses pengerjaan Makalah ini, antara lain dosen pembimbing penulisan laporan Kerja Praktik, Bapak Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom. dan dosen-dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Tak lupa juga kepada sahabat dan teman-teman yang sudah memberikan dukungan dan juga semangat kepada penulis untuk mengerjakan Makalah ini.

Surabaya, 14 November 2022

Tesalonika Daniar P. P. J

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan, karena atas berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan Makalah ini dengan judul “*AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION* DALAM PENGELOLAAN AKUN MEDIA SOSIAL THE GRAND PALACE DEPARTMENT STORE DI INSTAGRAM”

Laporan ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Dalam proses pengerjaan hingga terselesaikannya Makalah ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Kedua orang tua penulis, karena telah memberikan bimbingan, perhatian, dan juga memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan tepat waktu sehingga nantinya penulis dapat membanggakan kedua orang tua penulis
2. Dosen pembimbing, Bapak Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom. karena telah memberikan bimbingan dan semangat kepada penulis selama proses pengerjaan laporan ini dan bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis.
3. Ibu Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M. Med. Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya, yang telah memberikan perhatian, motivasi dan pengarahan yang diberikan selama penulis menimba ilmu di FIKOM WM selama tujuh semester ini.

4. The Grand Palace Department Store Surabaya, yang sudah membantu dan menerima penulis dalam melaksanakan kerja praktik di perusahaan mereka serta mendukung penulis dalam menyusun laporan kerja praktik ini.
5. Nolfian Win, Vaneesa Noventha, Agustin Indah, Ika Setyo, Desy Egita, dan karyawan lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu karena telah membantu penulis dalam menjalankan proses kerja praktik dan membimbing penulis dengan penuh pengertian dan kesabaran.
6. Seluruh sahabat, teman dan rekan-rekan penulis lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Penulis mengucapkan terima kasih untuk dukungan, motivasi, kritik dan saran yang telah diberikan.

Surabaya, 14 November 2022

Tesalonika Daniar P. P. J

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Bidang Kerja Praktik	3
I.3 Tujuan Kerja Praktik	3
I.4 Manfaat Kerja Praktik	4
I.4.1 Manfaat bagi Mahasiswa	4
I.4.2 Manfaat bagi Fakultas Ilmu Komunikasi.....	4
I.4.3 Manfaat bagi Perusahaan (The Grand Palace Department Store)	4
I.5 Tinjauan Pustaka	5
BAB II	11

II.1	Gambaran Umum Perusahaan Tempat Kerja Praktik	11
II.1.1	Profil Perusahaan	11
II.1.3	Gedung Perusahaan	13
II.1.4	Logo Perusahaan	13
II.1.5	Visi dan Misi Perusahaan.....	13
II.1.6	Struktur Organisasi	14
II.2	Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik	14
II.3	Hasil dan Temuan.....	24
BAB III	29
III.1	Promosi melalui Media Sosial Instagram.....	29
III.1.1	Pembuatan <i>Feeds</i> Instagram	29
III.1.2	Pembuatan <i>Story</i> Instagram.....	30
III.1.3	Pembuatan <i>Reels</i> Instagram	31
III.1.4	Penulisan Caption	32
III.2	Bekerja sama dengan <i>Influencer</i>	33
III.3	Pembuatan Foto Produk untuk <i>e-commerce</i>	34
BAB IV	35
IV.1	Kesimpulan.....	35
IV.2	Saran	36
DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN	38

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Laporan Hasil Kerja Praktik.....	15
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram The Grand Palace	2
Gambar II. 1 Logo The Grand Palace Department Store.....	13
Gambar II. 2 Struktur Organisasi	14
Gambar II.3.1 Sampel Hasil Photo Taking	26
Gambar II.3.2 Sampel Hasil Konten Instagram	28
Gambar III. 1 Hasil Konten <i>Reels</i> Instagram	31
Gambar III. 2 Hasil Konten Foto Produk untuk <i>e-commerce</i>	34

ABSTRAK

Tesalonika Daniar Prasetyaning Putri Jayamurti, NRP. 1423019057. *Aktivitas Marketing Communication* dalam Pengelolaan Akun Media Sosial The Grand Palace Department Store di Instagram

Marketing communication adalah sebuah kegiatan dengan teknik komunikasi yang memiliki tujuan memberikan informasi perusahaan target pasarnya. The Grand Palace Department Store (TGP) merupakan perusahaan yang berada di bawah naungan PT. Berca Sportindo yang bergerak di industri retail. Penerapan aktivitas *marketing communication* TGP yaitu menggunakan media sosial Instagram sebagai wadah untuk menarik dan mengundang antusiasme pengikut aktif dari Instagram @thegrandpalace_sby yang saat ini sudah memiliki 3.040 *followers* dengan total 2109 unggahan. Seiring dengan berkembangnya teknologi tentunya semakin berkembang pula strategi promosi yang dapat dilakukan. Semakin bagus dan menarik konten yang ditampilkan maka akan semakin meningkatkan daya tarik khalayak. Kegiatan pemasaran melalui media sosial Instagram yang dilakukan adalah dengan memaksimalkan penggunaan fitur Instagram *feeds*, Instagram *story*, Instagram *reels*, dan juga *caption*.

Kata Kunci: *Aktivitas Marketing Communication*, The Grand Palace Department Store, Promosi, Media Sosial, Instagram

ABSTRACT

Tesalonika Daniar Prasetyaning Putri Jayamurti, NRP. 1423019057. Marketing Communication Activities in Managing Social Media Accounts of The Grand Palace Department Store on Instagram

Marketing communication is an activity with communication techniques that have the goal of providing information about the company's target market. The Grand Palace Department Store (TGP) is a company under PT. Berca Sportindo engaged in the retail industry. The implementation of TGP's marketing communication activities, namely using Instagram social media as a forum to attract and invite the enthusiasm of active followers from Instagram @thegrandpalace_sby, which currently has 3,040 followers with a total of 2109 uploads. Along with the development of technology, of course, the promotion strategies that can be carried out are also developing. The better and more interesting the content displayed, the more attractive the audience will be. Marketing activities through Instagram social media are carried out by maximizing the use of Instagram feeds, Instagram stories, Instagram reels, and also captions.

Keywords: Marketing Communication Activities, The Grand Palace Department Store, Promotion, Social Media, Instagram