

## ABSTRAK

Jocelyn Endy (01041180150)

### **PENGELOLAAN KONTEN MEDIA INSTAGRAM OLEH DIVISI *MARKETING COMMUNICATION* DPRO JAKARTA**

(xii + 81 halaman: 33 gambar; 11 lampiran)

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Konten, Media Sosial, Magang, Instagram

Pada era digital seperti sekarang ini, teknologi digital menjadi hal yang penting bagi sebuah perusahaan untuk mengembangkan usahanya. Dalam upaya memasarkan produknya, perusahaan tidak hanya melakukan periklanan, namun juga menunjukkan kepada konsumen siapa dan apa yang ditawarkan melalui media sosial. Hal tersebut mendorong terbentuknya strategi *marketing communication* yang mengubah cara sebuah perusahaan dalam berinteraksi dengan konsumen. Salah satu contoh perusahaan yang menerapkan strategi *marketing communication* adalah PT. Dian Permata Omega (DPRO) yang merupakan sebuah perusahaan *full-service event management* yang menawarkan berbagai jasa. Penerapan strategi *marketing communication* dalam dunia kerja nyata tentunya tidak sebatas mengaplikasikan pengetahuan dan teori, namun juga membutuhkan kreatifitas, keterampilan, serta keahlian lainnya untuk mencapai tujuan-tujuan *marketing communication* tersebut. Atas dasar tersebut, penelitian ini dibuat untuk mengetahui bagaimana aktivitas divisi *marketing communication* dalam mengelola konten di PT. Dian Permata Omega (DPRO).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas keseharian yang dilakukan sebagai bagian dari divisi *marketing communication* dalam mengelola konten di DPRO Jakarta meliputi, kegiatan lingkup administratif, seperti memberikan *report* hasil *engagement content* di Instagram dan kegiatan lingkup operasional seperti, memahami cara melakukan *marketing promotion* melalui media sosial. Hal tersebut berhubungan dengan *marketing communication mix* pada komunikasi pemasaran, yaitu *social media marketing*.

Referensi: 29 (2000-2021)

## ABSTRACT

Jocelyn Endy (01041180150)

### **INSTAGRAM MEDIA CONTENT MANAGEMENT BY MARKETING COMMUNICATIONS DIVISION DPRO JAKARTA**

(xii + 81 pages: 33 pictures; 11 attachment)

Keywords: Marketing Communication, Content, Social Media, Internship, Instagram

In the digital era like today, digital technology is important for a company to develop the business. In efforts to market their products, the company does not only advertise their product but also shows consumers who and what is being offered through social media. This fact encourages the formation of a marketing communication strategy that changes the way a company interacts with consumers. One example of a company that implements a marketing communication strategy is PT. Dian Permata Omega (DPRO) which is a full-service event management company that offers various services. The application of marketing communication strategies in the real world of course is not limited to applying knowledge and theory, but also requires creativity, skills, and other expertise to achieve these marketing communication goals. On this basis, this research was made to find out how the activities of the marketing communication division in managing content at PT. Dian Permata Omega (DPRO).

The results show that daily activities carried out as part of the marketing communication division in managing content at DPRO Jakarta include administrative scope activities, such as providing reports on the results of engagement content on Instagram and operational scope activities such as understanding how to do marketing promotion through social media. This relates to marketing communication mixes in marketing communications, namely social media marketing.

Reference: 29 (2000-2021)

