

**STRATEGI *DIGITAL MARKETING* PENYEDIA JASA PROMOSI PADA
AKUN @PROMOPALEMBANG MELALUI APLIKASI TIKTOK (STUDI
KASUS PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI DIII ADMINISTRASI
BISNIS POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**FENTY ANGELAH
062030600224**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2023**

**STRATEGI *DIGITAL MARKETING* PENYEDIA JASA PROMOSI PADA
AKUN @PROMOPALEMBANG MELALUI APLIKASI TIKTOK (STUDI
KASUS PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI DIII ADMINISTRASI
BISNIS POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



LAPORAN AKHIR

**OLEH:
FENTY ANGELAH
062030600224**

Menyetujui,

Palembang, 22. Agustus 2023

Pembimbing I,

**Rini, S.E., M.AB.
NIP 196012281990032002**

Pembimbing II,

**Fetty Maretha, S.E., M.M.
NIP 198203242008012009**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA
NIP 19760222202121001**

**Koordinator Program Studi
D. III Administrasi Bisnis**

**Fetty Maretha, S.E., M.M.
NIP 198203242008012009**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fenty Angelah

NPM : 062030600224

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran

Judul Laporan Akhir : Strategi *Digital Marketing* Penyedia Jasa Promosi pada Akun @promopalembang Melalui Aplikasi TikTok (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi DIII Admnistrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan Judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta Konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, 22 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Fenty Angelah

NPM 062030600224

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Fenty Angelah
NPM : 062030600224
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Strategi *Digital Marketing* Penyedia Jasa Promosi pada Akun @promopalembang Melalui Aplikasi TikTok (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Selasa....

Tanggal: 22 Agustus 2023

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Munparidi, S.E., M.Si Ketua Penguji		23 Agustus 2023
2.	Dr. M. Syahirman Yusi, S.E., MS Anggota Penguji		23 Agustus 2023
3.	Dr. Paisal, S.E., M.Si Anggota Penguji		23 Agustus 2023

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“The driving force in the quest for success and achievement. A mindset that combines discipline, strength, confidence, and ambition is a powerful mindset. This can achieve anything it sets its sights on” (Fenty Angelah)

Kupersembahkan kepada:

- **Kedua Orang Tua**
- **Saudara-Saudara**
- **Sahabat-sahabat terbaik ku**
- **Teman-teman kelas 6 NE 2023**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berkat limpahan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini untuk memenuhi persyaratan wajib dilaksanakan oleh mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini berjudul “Strategi *Digital Marketing* Penyedia Jasa Promosi Pada Akun @Promopalembang Melalui Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Diii Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)”. Laporan Akhir ini membahas tentang bagaimana strategi *digital marketing* yang dilakukan oleh akun @promopalembang sebagai penyedia jasa promosi di TikTok dengan indikator berdasarkan pada *marketing funnels*.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa dimensi indikator pada setiap tahapan *marketing funnels* dari tahap awal *awareness* hingga tahap akhir *action* memperoleh interpretasi skor yang termasuk dalam kriteria tinggi dan sangat tinggi. Hal ini dapat diartikan bahwa strategi *digital marketing* yang dilakukan oleh akun @promopalembang efektif untuk mendorong target pasar untuk mengambil tindakan konkret terhadap promosi yang dilakukan sebagai penyedia jasa promosi.

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis menyadari bahwa laporan ini masih terdapat banyak kekurangan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun agar dapat menjadi acuan bagi penulis di masa yang akan datang dan berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga kita selalu mendapatkan perlindungan Allah SWT.

Palembang, 22 Agustus 2023

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis menyadari bahwa banyak hambatan dan tantangan selama proses penelitian dan penyusunan dapat teratasi dengan baik karena banyaknya dukungan, bantuan dan bimbingan yang didapat dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini perkenankan penulis untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah terlibat sejak awal hingga akhir. Ucapan terima kasih ini ditunjukkan kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya dan Pembimbing II penulis yang telah memberikan arahan, saran, masukan, nasehat, do'a dan semangat dalam pengerjaan Laporan Akhir ini
5. Ibu Rini, S.E., M.AB., selaku Pembimbing I yang telah memberikan arahan, saran, masukan, nasehat, do'a dan semangat dalam pengerjaan Laporan Akhir ini
6. Bapak Muhammad Nopriansah, selaku owner akun @promopalembang yang telah memberikan izin untuk penulis melakukan penelitian untuk Laporan Akhir ini.
7. Para Admin akun @promopalembang yang telah meluangkan waktu untuk memberikan beberapa informasi dan data yang diperlukan penulis untuk menyusun Laporan Akhir ini
8. Bapak/Ibu Dosen Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah banyak memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan di Politeknik Negeri Sriwijaya

9. Orang tua dan keluarga penulis yang senantiasa mendukung, mendoakan, serta memberikan semangat dan bantuan baik berupa moril maupun materil serta selalu mencurahkan kasih sayang untuk penulis.
10. Kakak dan adik penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat dan selalu mendoakan kelancaran kegiatan penulis.
11. Serta sahabat serta teman-teman penulis yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada penulis dalam pembuatan Laporan Akhir ini
12. Semua rekan mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman seperjuangan kelas 6NE angkatan 2020 Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan semangat serta dukungan

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga kita selalu mendapatkan perlindungan Allah SWT.

Palembang, 22 Agustus 2023

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi *Digital Marketing* Penyedia Jasa Promosi Pada Akun @Promopalembang Melalui Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Diii Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)”. Melalui Metode kombinasi yaitu kualitatif dan kuantitatif Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *digital marketing* yang dilakukan oleh akun @promopalembang sebagai penyedia jasa promosi. Teori *marketing funnels* digunakan untuk mengetahui persepsi dan preferensi terhadap strategi *digital marketing* yang di dilakukan dengan dimensi yaitu tahapan *marketing funnels* yakni *awareness, interest, desire, dan action*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan observasi, analisis konten, kuesioner, dan riset kepustakaan. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan *Google Form* dengan sampel yaitu 85 mahasiswa DIII Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya. Berdasarkan hasil analisis data dengan rumus persentase dan kriteria interpretasi skor, maka diperoleh hasil secara rata-rata dari keempat dimensi penelitian yaitu skor sebesar 81,02% yang artinya interpretasi yang diperoleh termasuk dalam kriteria sangat tinggi. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa strategi yang digunakan berhasil mendorong target pasar dari tahap awal *awareness* hingga tahapan akhir *action* terhadap promosi yang dilakukan oleh @promopalembang sebagai penyedia jasa promosi di TikTok.

Kata kunci: Digital Marketing, Jasa Promosi, Marketing Funnels, TikTok

ABSTRACT

This research is titled "Digital Marketing Strategies of Promotional Service Providers on the @promopalembang Account Through the TikTok Application (A Case Study on Students of the Diploma in Business Administration Program at the Sriwijaya State Polytechnic)". This study employed a combination of qualitative and quantitative methods to understand the digital marketing strategies implemented by the @promopalembang account as a promotional service provider. The marketing funnels theory is utilized to ascertain perceptions and preferences regarding the digital marketing strategies used, focusing on the stages of the marketing funnels: awareness, interest, desire, and action. The data collection for this research included observation, content analysis, questionnaires, and literature research. The questionnaires were distributed using Google Forms, with a sample size of 85 students majoring in Business Administration at Sriwijaya State Polytechnic. Based on the data analysis using percentage formulas and criteria for interpreting scores, the average results for all four dimensions of the research scored 81.02%. This indicates that the obtained interpretation falls under the criteria of "very high". From these results, it can be inferred that the employed strategies successfully drive the target market from the initial awareness stage to the final action stage concerning promotions conducted by @promopalembang as a promotional service provider on TikTok.

Keywords: Digital Marketing, Promotional Services, Marketing Funnels, TikTok

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Tujuan Penelitian	5
1.4.2 Manfaat Penelitian	5
1.5 Metode Penelitian	6
1.5.1 Pendekatan Penelitian	6
1.5.2 Jenis dan Sumber Data.....	7
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	8
1.5.4 Populasi dan Sampel	10
1.5.5 Analisis Data	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Digital Marketing.....	15
2.1.1 Kelebihan Digital Marketing	15
2.1.2 Kekurangan Digital Marketing	16
2.2 Digital Marketing Mix	16
2.3 Promosi	17
2.3.1 Pengertian Promosi	17
2.3.2 Bauran Promosi.....	18
2.3.3 Tujuan Promosi	19
2.4 Marketing Funnels	20
2.5 Media Sosial	21
2.6 TikTok	21
2.6.1 Definisi TikTok.....	21
2.6.2 Fitur-Fitur TikTok.....	22
2.7 Digital Content.....	24

	Halaman
2.8 Pelayanan Jasa	25
 BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	26
3.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan.....	27
3.2.1 Visi Perusahaan.....	27
3.2.2 Misi Perusahaan	27
3.2.3 Tujuan Perusahaan	27
3.3 Logo Perusahaan	27
3.4 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	29
3.4.1 Struktur Organisasi	29
3.4.2 Pembagian Tugas	29
3.5 Profil Responden	31
3.6 Rekapitulasi Jawaban Responden.....	32
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil	39
4.1.1 Strategi Digital Marketing yang Dilakukan oleh Akun @promopalembang	39
4.1.2 Persepsi dan Preferensi Terhadap Strategi Digital Marketing Akun @Promopalembang	47
4.2 Pembahasan.....	65
4.2.1 Pembahasan Hasil Strategi Digital Marketing yang Dilakukan oleh Akun @promopalembang	65
4.2.2 Pembahasan Hasil Persepsi dan Preferensi Terhadap Strategi Digital Marketing akun @promopalembang	66
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran.....	70
 DAFTAR PUSTAKA	 72
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Akun Promosi di Palembang.....	4
Tabel 1.2 Skor Skala Likert	13
Tabel 1.3 Interpretasi Skor/Angka.....	14
Tabel 3.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel 3.2 Responden Berdasarkan Semester.....	32
Tabel 3.3 Responden Berdasarkan Usia	32
Tabel 3.4 Rekapitulasi Penilaian Responden.....	33
Tabel 4.1 <i>Awarennes</i> atau Kesadaran Terhadap Akun @promopalembang	49
Tabel 4.2 <i>Interest</i> atau Ketertarikan Terhadap akun @promopalembang.....	53
Tabel 4.3 <i>Desire</i> atau Kehendak/Merasa Membutuhkan Akun @promopalembang.....	58
Tabel 4.4 <i>Action</i> atau Tindakan Terhadap Promosi Akun @promopalembang.....	62
Tabel 4.5 Hasil Rata-rata dari Tahapan <i>Maketing Funnels</i>	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Peringkat Pengguna Aplikasi TikTok di Dunia.....	2
Gambar 3.1 Logo Akun @promopalembang	27
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Tim Promopalembang	29
Gambar 4.1 Strategi Iklan pada Akun @promopalembang	40
Gambar 4.2 Strategi Story Telling pada Akun @promopalembang	41
Gambar 4.3 Sales Promotion Diskon pada Akun @promopalembang	43
Gambar 4.4 Sales Promotioan Hadiah pada Akun @promopalembang	44
Gambar 4.5 Sales Promotioan <i>Voucher</i> pada Akun @promopalembang	46
Gambar 4.6 Skala Interpretasi <i>Awarennes</i> (Kesadaran).....	51
Gambar 4.7 Skala Interpretasi <i>Interest</i> (Ketertarikan)	55
Gambar 4.8 Skala Interpretasi <i>Desire</i> (Kehendak/Merasa Butuh).....	60
Gambar 4.9 Skala Interpretasi Action (Tindakan)	64
Gambar 4.10 Skala Rata-rata dari Tahapan <i>Marketing Funnels</i>	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner

Lampiran II Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir

Lampiran III Lembar Bimbingan Laporan Akhir

Lampiran IV Surat Rekomendasi Laporan Akhir

Lampiran V Revisi Laporan Akhir

Lampiran VI Tanda Persetujuan Revisi Laporan Akhir