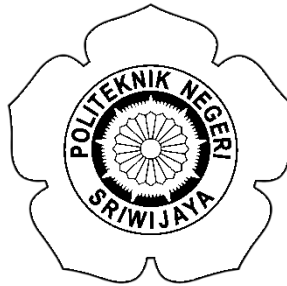


**OPTIMALISASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI
MEDIA PEMASARAN PRODUK PADA PT. INTERFOOD
SUKSES JASINDO PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

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

OLEH:

**REGITA TRI CAHYANI
NPM 062230601268**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2025**

**OPTIMALISASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI
MEDIA PEMASARAN PRODUK PADA PT. INTERFOOD
SUKSES JASINDO PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**REGITA TRI CAHYANI
NPM 062230601268**

Menyetujui,

**Palembang.....^{Juli}.....2025
Pembimbing II,**

Pembimbing I,

**Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si
NIP 197301312001121002**

**Tsurayya Syarif Zain S.Psi., M.A
NIP 199005252022032009**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

**Dr. Sari L. Z. Ridho, S.E., M.Ec., CHE.
NIP 197705212006042001**

**Koordinator Program Studi
DIII Administrasi Bisnis**

**Dwi Riana, S.E., M. AB
NIP 1990102020220320**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Regita Tri Cahyani

NPM : 062230601268

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Kewirausahaan

Judul Laporan Akhir : Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pemasaran Produk pada PT Interfood Sukses Jasindo Palembang

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, Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Regita Tri Cahyani
NPM 062230601268

LEMBAR PENGESAHAN

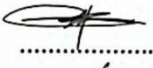
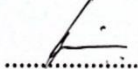
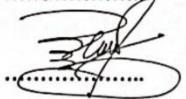
Nama : Regita Tri Cahyani
NPM : 062230601268
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Tiktok
Sebagai Media Pemasaran Produk Pada PT
Interfood Sukses Jasindo Palembang

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

Pada Hari: Jum'at

Tanggal: 01 Agustus 2025

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si Ketua Penguji		22 / 2025 07
2.	Dra. Esya Alhadi, MM Anggota Penguji		24 / 2025 07
3.	Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si Anggota Penguji		24 / 2025 07
4.	Billy Dewantara, S.E., M.Si Anggota Penguji		23 / 2025 07

MOTTO

Sebenarnya tidak ada yang perlu dikhawatirkan, Allah memang tidak menjanjikan hidupmu selalu mudah. Tapi, dua kali Allah berjanji bahwa:
“fa inna ma’al’ usri yusroo, inna ma’al’ usri yusroo” (Q.S Al Insyirah:5-6)

Kupersembahkan Kepada:

- 1. Kedua Orang Tua**
- 2. Kedua Kakak ku**
- 3. Pendidik dan Pembimbingku**
- 4. Sahabat dan Teman-teman**
- 5. Almamaterku**

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Swt. Karena berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir dengan judul “Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Tiktok sebagai Media Pemasaran Produk pada PT Interfood Sukses Jasindo Palembang”.

Tujuan penyusunan Laporan Akhir ini Untuk Mengetahui Bagaimana Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pemasaran Produk Pada PT. Interfood Sukses Jasindo Palembang, serta untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Penulis menyadari Laporan Akhir ini banyak terdapat kekurangan baik dalam penulisan, penyusunan maupun analisis yang dilakukan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun penelitian lebih baik dimasa mendatang.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini, terutapa kepada dosen pembimbing, pihak perusahaan, serta teman-teman dan keluarga yang telah mendorong dan memberi penulis motivasi.

Palembang, Juli 2025
Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan ke pada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan akhir ini tepat waktu. Dalam penulisan Laporan ini, penulis banyak sekali mendapat bantuan dan motivasi dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., CHE., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
3. Bapak Andriansyah Bari, S.IP., M.AB., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
4. Ibu Dwi Riana, S.E., M.AB., selaku Kepala Program Studi D-III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
5. Bapak Dr Hadi Jauhari, S.E., M.Si selaku Pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan pengarahan selama proses pembuatan Laporan Akhir ini.
6. Ibu Tsurayya Syarif Zain., S.Psi., M.A selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan pengarahan selama proses pembuatan Laporan Akhir ini.
7. SPV dan Tim Marketing PT Interfood Sukses Jasindo Palembang yang telah memberikan izin dan membantu penulis dalam mengetahui informasi terkait Topik yang penulis teliti.
8. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis
9. Kedua Orang tua tercinta Ibu Riyanti dan Bapak Adi . Terimakasih telah mengusahakan segalanya untuk anak bungsumu ini. Ibu, salah satu peran yang sangat berpengaruh dalam menyelesaikan perkuliahan ini yang selalu menasehati dan mendengarkan keluh kesah selama penulis duduk dibangku perkuliahan, dan Bapak yang selalu mengusahakan pendidikan dan

kesejahteraan anak-anaknya. Serta ke-dua kakak penulis yang telah senantiasa memberikan do'a dan motivasi baik secara moril dan materil.

10. Saudara tidak sedarah Nayla Agustin terimakasih selalu ada didekat penulis dalam keadaan apapun, membantu penulis dalam menyelesaikan laporan akhir ini serta salalu menemani penulis mengelilingi dan mengunjungi tempat-tempat menarik dikota Palembang.
11. Sahabat seperjuangan sejak awal Perkuliahan Liesta Mega Terimakasih atas cerita seru dan pengalaman menarik sejak diksar hingga tahap akhir ini.
12. Sahabat penulis sejak smp Della, Anin, Boyen, Acha, Dian, Anak-anak humas tersayang yang selalu memberikan semangat dan motivasi bagi penulis secara langsung maupun tidak langsung.
13. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya yang penulis temui di awal perkuliahan Raffi Alvito, Terimakasih telah menemani penulis dengan sabar dimasa perkuliahan, menghibur dan mendengarkan keluh kesah penulis lewat telepon serta menemani penulis secara langsung pada saat penulisan Laporan Akhir ini hingga sidang akhir.
14. Dan terakhir, Terimakasih kepada diri saya sendiri. Regita Tri Cahyani yang sudah bertahan sejauh ini selalu berusaha dan tidak menyerah walau sering kali merasah lelah dan ingin berhenti. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai.

Sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya maupun pihak yang ikut terlibat dalam pembuatan Laporan Akhir ini. Semoga Allah SWT memberikan karunia dan Rezeki-Nya kepada kita semua, aamiin.

Palembang, Juli 2025
Penulis

ABSTRAK

Laporan akhir ini membahas tentang upaya optimalisasi penggunaan media sosial TikTok sebagai media pemasaran produk pada PT Interfood Sukses Jasindo Palembang. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya pemanfaatan media sosial dalam mendukung kegiatan pemasaran digital di era modern. TikTok, sebagai salah satu platform yang memiliki tingkat engagement tinggi, dipilih karena potensinya yang besar dalam menjangkau konsumen secara luas. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan TikTok oleh perusahaan masih belum maksimal. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti belum adanya SOP, tidak konsistennya jadwal unggahan, serta kurangnya variasi dan strategi konten yang sistematis. Meskipun demikian, perusahaan menunjukkan potensi besar melalui kreativitas tim pemasaran, respons positif konsumen, serta partisipasi aktif karyawan. Proses optimalisasi yang dilakukan melalui penjadwalan konten, penggunaan fitur promosi, dan penyusunan konten hiburan terbukti mampu meningkatkan jangkauan dan keterlibatan audiens. Kesimpulannya, TikTok dapat menjadi media pemasaran yang efektif apabila strategi yang diterapkan lebih terarah, konsisten, dan disesuaikan dengan karakteristik audiens.

Kata Kunci: *Optimalisasi, TikTok, Media Sosial, Pemasaran Digital, Strategi Konten*

ABSTRACT

This final report discusses efforts to optimize the use of TikTok social media as a product marketing medium at PT Interfood Sukses Jasindo Palembang. This research is motivated by the importance of utilizing social media in supporting digital marketing activities in the modern era. TikTok, as one of the platforms with a high level of engagement, was chosen because of its great potential in reaching consumers widely. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The results of the study show that the use of TikTok by the company is still not optimal. This is due to several factors such as the absence of SOPs, inconsistent upload schedules, and the lack of variation and systematic content strategies. However, the company shows great potential through the creativity of the marketing team, positive consumer responses, and active employee participation. The optimization process carried out through content scheduling, use of promotional features, and compilation of entertainment content has proven to be able to increase audience reach and engagement. In conclusion, TikTok can be an effective marketing medium if the strategy implemented is more focused, consistent, and adjusted to audience characteristics.

Keywords: Optimization, TikTok, Social Media, Digital Marketing, Content Strategy

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian dan Manfaat.....	7
1.4.1 Tujuan Penelitian	7
1.4.2 Manfaat Penelitian	7
1.5 METODE PENELITIAN	7
1.5.1 Pendekatan Penelitian Kualitatif.....	7
1.5.2 Jenis Dan Sumber Data	9
1.5.3 Subjek Penelitian.....	9
1.5.4 Metode Pengumpulan Data	10
1.5.5 Analisa Data	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Optimalisasi	13
2.2 Pemasaran	13
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	13
2.2.2 Strategi Pemasaran	14
2.2.3 Fungsi dan Tujuan Strategis Pemasaran	14
2.3 Media Pemasaran	15
2.3.1 Pengertian Media Pemasaran	15

2.3.2 Media Pemasaran <i>Offline</i>	16
2.3.3 Media Pemasaran <i>Online</i>	16
2.4 Media Sosial	17
2.4.1 Pengertian Media Sosial	17
2.4.2 Tujuan dan Manfaat Media Sosial	18
2.4.3 Peran Media Sosial.....	19
2.5 Media Sosial Tiktok.....	20
2.5.1 Definisi Media Sosial Tiktok	20
2.5.2 Strategi Marketing Tiktok	21
2.5.3 Dimensi dan Indikator Tiktok Sebagai Media Pemasaran	22
 BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	25
3.1 Sejarah Singkat PT Interfood Sukses Jasindo Palembang.....	25
3.2 Visi dan Misi Perusahaan	27
3.2.1 Visi Perusahaan	27
3.2.2 Misi Perusahaan	27
3.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Kerja.....	27
3.3.1. Struktur Organisasi.....	27
3.3.2. Pembagian Kerja	28
3.4 Jenis Barang yang ditawarkan	31
3.5 Kondisi Pemasaran Produk Pada PT Interfood Palembang.....	32
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Hasil Penelitian.....	34
4.1.1 Hasil Observasi	34
4.1.2 Hasil Wawancara	37
4.1.3 Strategi Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pemasaran Pada PT Interfood Palembang	43
4.1.4 Kendala dalam optimalisasi TikTok sebagai media pemasaran	49
4.2 Pembahasan	52
4.2.1 Strategi Penggunaan Media Sosial Tiktok sebagai Media Pemasaran pada PT Interfood Palembang.....	53
4.2.2 Kendala dalam Optimalisasi Tiktok Sebagai Media Pemasaran ...	55
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran	60
 DAFTAR PUSTAKA	61
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data View Insight dan Realisasi Tiktok	5
Tabel 1. 2 Data Informan Penelitian	10
Tabel 2. 1 Dimensi dan Indikator.....	24
Tabel 3. 1 Produk PT Interfood Sukses Jasindo Palembang.....	32
Tabel 4. 1 Data Insight View Tiktok.....	35
Tabel 4. 2 Hasil Wawancara Karyawan PT Interfood Palembang.....	37
Tabel 4. 3 Data View Insight	47
Tabel 4. 4 Data View Insight	48
Tabel 4. 5 Standar Operasional Produksi	50

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia di Berbagai Platform	2
Gambar 1. 2 Indonesia Menjadi Negara Pengguna Tiktok terbanyak	3
Gambar 1. 3 Profil Tiktok PT. Interfood Palembang.....	4
Gambar 3. 1 PT Interfood Sukses Jasindo Palembang.	25
Gambar 3. 2 Stuktur Organisasi PT Interfood Palembang.....	28
Gambar 4. 1 Postingan Pertama PT Interfood Palembang.....	34
Gambar 4. 2 Tampilan Sebelum Menggunakan Fitur.....	36
Gambar 4. 3 Tampilan Daftar Putar Konten	36
Gambar 4. 4 Tampilan Tiktok sebelum Memiliki Daftar Putar	44
Gambar 4. 5 Tampilan Tiktok Sesudah Memiliki Daftar Putar	44
Gambar 4. 6 Konten PT Interfood Palembang.....	45
Gambar 4. 7 Tampilan Konten Sebelum Menggunakan.....	46
Gambar 4. 8 Tampilan Konten Sesudah Menggunakan	47
Gambar 4. 9 Data Insight View	49

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Pengantar Laporan Akhir

Lampiran 2 Surat Izin Pengambilan Data

Lampiran 3 Surat Balasan Pengambilan Data

Lampiran 4 Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I

Lampiran 5 Lembar Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II

Lampiran 6 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I

Lampiran 7 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II

Lampiran 8 Lembar Kunjungan

Lampiran 9 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir

Lampiran 10 Lembar Revisi Laporan Akhir

Lampiran 11 Lembar Persetujuan Revisi Laporan Akhir

Lampiran 12 Hasil Wawancara

Lampiran 13 Dokumentasi Wawancara