

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL SOSIAL MEDIA
PERUMAHAN GNC REGENCY 2 PADA PT GITA NUGRAHA CIPTA
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:

**RAHMANDA AKHILLA
NPM 062230601243**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG
2025**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MEDIA SOSIAL
PERUMAHAN GNC REGENCY 2 PADA PT GITA NUGRAHA CIPTA
PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**RAHMANDA AKHILLA
NPM 062230601243**

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Dr. Divianto, S.E., M.M
NIP 197602192006041002**

**Palembang, Juli 2025
Pembimbing II,**

**Ilham Prawidi Sakti, M.Psi.T
NIP 198803252022031004**

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 : Rahmanda Akhilla
NPM : 062230601243
Jurusan/Program studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Adminstrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Analisis Strategi Pemasaran Digital Media Sosial
Perumahan GNC Regency 2 pada PT Gita Nugraha
Cipta 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




Rahmanda Akhilla
062230601243

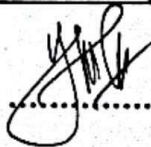
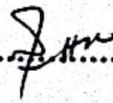
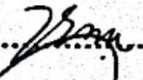
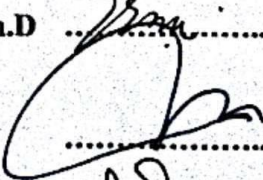
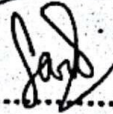
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Rahmanda Akhilla
NPM : 062230601243
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Analisis strategi pemasaran digital media sosial perumahan GNC Regency 2 pada PT Gita Nugraha Cipta Palembang

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

Pada Hari: Jumat
Tanggal: 1 Agustus 2025

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Ilham Prawidi Sakti, M.Psi.T Ketua Penguji		23/2025 07
2.	Ummasyroh. S.E., M.Ed.M Anggota Penguji		22/2025 07
3.	Deslochal Djumrianti, S.E. MIS.Ph.D Anggota Penguji		21/2025 07
4.	Dr. Divianto, S.E., M.M Anggota Penguji		1/8 2025
5.	Sari Bayurini Samudra, S.Sn., M.M Anggota Penguji		21/2025 07

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, keberhasilan Adalah milik mereka
yang senantiasa berusaha’

(BJ Habibie)

“Perang telah usai, aku bisa pulang kubaringkan panah dan berteriak MENANG”

(Nadin Amizah)

Kupersembahkan kepada:

- ❖ **Kepada Mama ku
tercinta**
- ❖ **Alm Papa yang tersayang**
- ❖ **Saudaraku**
- ❖ **Teman seperjuangan ND**
- ❖ **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpuhkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga Laporan Akhir ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Digital Media Sosial Perumahan GNC Regency 2 Pada PT Gita Nugraha Cipta”**. Penulisan Laporan Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Politeknik Negeri Sriwijaya Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis.

Sebagian bahan penulisan diambil berdasarkan hasil penelitian dan beberapa sumber literatur yang mengandung penulisan laporan, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan segala kemudahan, bimbingan, pengarahan, dorongan, bantuan baik moral maupun material dan semangat selama penyusunan Laporan Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian Laporan Akhir ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan ilmu yang dimiliki, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap agar laporan ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi penulis dan mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya di masa yang akan datang, dan semoga laporan ini nantinya dapat menjadi panduan atau referensi dalam penelitian yang akan dilakukan selanjutnya dengan judul atau isi materi yang sama.

Palembang, Juli 2025

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini, khususnya kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal, S.E., M.Ec., 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 Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Bapak Dr. Divianto, S.E., M.M., selaku Pembimbing I Laporan Akhir yang telah membantu, membimbing, dan memberi arahan kepada penulis untuk menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Bapak Ilham Prawidi Sakti, M.Psi.T., selaku Pembimbing II Laporan Akhir yang telah membantu, membimbing, dan memberi arahan kepada penulis untuk menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Bapak Erwin Nugraha, S.E., selaku Pimpinan PT Gita Nugraha Cipta Palembang yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian di Perusahaan tersebut.
8. Karyawan PT Gita Nugraha Cipta Palembang yang telah membantu penulis dalam memberikan data pendukung untuk penelitian penulis.
9. Seluruh dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
10. Orang tua tercinta terima kasih sudah selalu mendukung dan memenuhi kebutuhan penulis baik moral maupun material, terima kasih sudah

memberikan kasih sayang, dukungan dan selalu mengusahakan apa yang penulis mau serta doa yang tiada henti kepada penulis.

11. Saudara-saudara ku tercinta, terima kasih support dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis, dan selalu siap menerima keluh kesah penulis selama menulis Laporan Akhir ini.
12. Rekan sesama mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman seperjuangan kelas 6 ND yang telah memberikan motivasi serta dukungan.
13. Kepada teman-teman saya Riwnja, Sonia dan Agus terima kasih sudah selalu menemani, mendukung dan memberi motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Laporan Akhir ini. “Kapan Kopeken lagi?”.

Tiada lain harapan menulis semoga Allah SWT membalas segala niat baik kepada semua pihak yang telah membantu. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan sebagai bahan acuan dan perbaikan untuk penulisan dalam menyempurnakan laporan ini.

Palembang, 2025

Penulis

ABSTRAK

Laporan Akhir penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran digital melalui media sosial Instagram yang diterapkan oleh PT Gita Nugraha Cipta Palembang pada proyek Perumahan GNC Regency 2. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi digital marketing perusahaan masih belum berjalan secara optimal, terutama dari segi interaksi di media sosial, pemanfaatan konten, dan kemampuan tim pemasaran digital. Melalui analisis SWOT, disimpulkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan dari segi lokasi strategis dan harga kompetitif, namun masih lemah dalam pengelolaan media sosial. Oleh karena itu, strategi yang dapat diterapkan adalah meningkatkan kualitas konten digital, memperkuat tim digital marketing, dan mengoptimalkan fitur media sosial untuk membangun hubungan lebih dekat dengan konsumen.

Kata kunci: strategi pemasaran, media sosial, Instagram, analisis SWOT

ABSTRACT

This final report aims to analyze the digital marketing strategy through Instagram social media implemented by PT Gita Nugraha Cipta Palembang for the GNC Regency 2 housing project. The method used is a descriptive qualitative approach, with data collected through interviews, documentation, and literature studies. The results show that the company's digital marketing strategy has not been running optimally, particularly in terms of social media interaction, content utilization, and the capability of the digital marketing team. Through SWOT analysis, it is concluded that the company possesses strengths such as a strategic location and competitive pricing, but still faces weaknesses in social media management. Therefore, the recommended strategies include improving digital content quality, strengthening the digital marketing team, and optimizing social media features to build closer relationships with consumers.

Keywords: marketing strategy, social media, Instagram, digital marketing, SWOT Analysis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERTANYAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

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	6
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Metode Penelitian.....	6
1.5.1 Jenis dan Sumber Data	7
1.5.2 Teknik Pengumpulan Data	7
1.5.3 Analisis Data	8

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran	10
2.1.1 Fungsi Pemasaran.....	10
2.2 Pengertian Strategi Pemasaran	11
2.2.1 Fungsi Strategi Pemasaran	11
2.2.2 Bauran Pemasaran	12

2.3	Pengertian Digital Marketing	14
2.4	Pengertian Media Sosial.....	15
2.5	Pengertian Instagram.....	15
2.6	Analisis SWOT.....	16
2.6.1	Matriks SWOT	18
2.6.2	Tujuan Analisis SWOT	19
2.6.3	Matriks Internal Factors Analysis Strategy (IFAS)	19
2.6.4	Matriks Eksternal Factors Analysis Strategy (EFAS)	21
2.6.5	Pemberian Bobot dan Rating Matriks EFAS dan IFAS	22
2.6.6	Pemberian Skor Pembobotan pada Matriks EFAS dan IFAS... ..	24

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1	Sejarah Singkat Perusahaan	25
3.2	Visi dan Misi Perusahaan	26
3.2.1	Visi perusahaan	26
3.2.2	Misi Perusahaan	26
3.3	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	27
3.3.1	Struktur Organisasi.....	27
3.3.2	Pembagian Tugas.....	28
3.4	Aktivitas di Objek Penelitian Terkait dengan Topik.....	31

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	33
4.1.1	Matriks SWOT	33
4.1.2	Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)	35
4.1.3	Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	36
4.1.4	Diagram Analisis SWOT.....	38
4.2	Pembahasan	40

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	42
5.2	Saran.....	42

DAFTAR PUSTAKA..... 44

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks SWOT	18
Tabel 2.2 Contoh Tabel IFAS	20
Tabel 2.3 Contoh Tabel EFAS	21
Tabel 4.1 Matriks SWOT pada PT Gita Nugraha Cipta.....	33
Tabel 4.2 Matriks Faktor Strategi Internal IFAS.....	35
Tabel 4.3 Matriks Faktor Strategi Eksternal EFAS	36
Tabel 4.4 Tabel Perhitungan Bobot	37
Tabel 4.5 Hasil Nilai untuk Diagram Analisis SWOT	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet Tahun 2025	1
Gambar 1.2 Persentase rating beberapa perumahan di Talang Kepuh	4
Gambar 1.3 Perumahan GNC Regency 2	5
Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT.....	17
Gambar 3.1 Struktur organisasi PT Gita Nugraha Cipta Palembang.....	27
Gambar 3.2 Profil dan Insight Instagram PT Gita Nugraha Cipta	32
Gambar 4.1 Kuadran Analisis SWOT	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Permohonan Pengambilan Data
Lampiran 2	Surat Pengantar Pengambilan Data
Lampiran 3	Surat Balasan Perusahaan
Lampiran 4	Lembar Kesepakatan Bimbingan Pembimbing I
Lampiran 5	Lembar Kesepakatan Bimbingan Pembimbing II
Lampiran 6	Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
Lampiran 7	Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
Lampiran 8	Lembar Kunjungan Mahasiswa
Lampiran 9	Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
Lampiran 10	Lembar Revisi Laporan Akhir
Lampiran 11	Lembar Tanda Persetujuan Revisi Laporan Akhir
Lampiran 12	Hasil Wawancara Pengambilan Data
Lampiran 13	Dokumentasi