



STRATEGI PEMASARAN MEDIA SOSIAL *DYNAMITE PLAN* PT. MEKAR BARU PROPERTI INDONESIA

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

TRISHA IZZATY



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2022**



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan laporan akhir “Strategi Pemasaran Media Sosial *Dynamite Plan* PT. Mekar Baru Properti Indonesia” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2022

Trisha Izzaty
J3A219445



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



RINGKASAN

TRISHA IZZATY. Strategi Pemasaran Media Sosial *Dynamite Plan* PT. Mekar Baru Properti Indonesia. *PT. Mekar Baru Properti Indonesia's Dynamite Plan Social Media Marketing Strategy*. dibimbing oleh MULYONO.

Perusahaan bisnis properti saat ini terus memberikan penawaran dan pembangunan *cluster* dengan kualitas yang terbaik. Pada setiap perusahaan bisnis properti pasti memiliki divisi *marketing* yang sangat berperan dalam proses strategi pemasaran produk dan dengan adanya kehadiran media sosial sangat memudahkan menjangkau *customer* karena zaman sekarang hampir semua lapisan masyarakat telah mengenal media sosial dan semua informasi yang didapat kebanyakan dari media sosial. Divisi *marketing* bertugas untuk melakukan pemasaran dengan cara menyebarkan informasi tentang produk yang dimiliki. Banyaknya jenis pemasaran seperti pemasaran konvensional, pemasaran digital dan pemasaran melalui *paid advertisement* dapat dilakukan untuk penyebaran informasi.

Tujuan Laporan Akhir ini adalah menjelaskan strategi pemasaran media sosial *Dynamite Plan* oleh PT. Mekar Baru Properti Indonesia, dan hambatan dan solusi dalam strategi media sosial *Dynamite Plan* PT. Mekar Baru Properti Indonesia. Lokasi pengumpulan materi untuk penulisan Laporan Akhir ini dilakukan di PT. Mekar Baru Properti Indonesia yang berlokasi di Jalan Cirendeu Raya No. 107 RT.005 RW.005 Kelurahan Pisangan, Kecamatan Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten. Waktu pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Lapangan dilakukan selama 40 hari kerja dalam periode 2 Februari sampai 3 April 2022. Data yang digunakan dalam penulisan Laporan Akhir ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah partisipasi aktif, observasi, wawancara, dan studi pustaka.

Pada strategi pemasaran media sosial *Dynamite Plan* beberapa tahapan yaitu pembuatan ternak akun Facebook yang meliputi pembuatan akun, menentukan *niche*, memposting status, memposting Facebook Marketplace, membuat *Fanpage* dan memposting konten *Fanpage*. Ternak Akun Instagram yang meliputi pembuatan akun dan memposting konten. Ternak Akun Email yang meliputi pembuatan akun, *subscribe* akun utama perusahaan dan *mereview* dan memberi *rating* pada Google Maps. Pembuatan konten *evergreen* yang meliputi pembuatan artikel, *Feeds*, dan Video. Ternak akun bertujuan untuk mengoptimalkan *Search Engine Optimization* pada mesin pencarian seperti Google agar konten yang sudah dibuat dapat muncul pada mesin pencarian di halaman pertama. Strategi pemasaran media sosial *Dynamite Plan* ini tidak selamanya berjalan lancar karena adanya hambatan secara teknis. Namun hal tersebut memiliki solusi agar tidak terulang di proses strategi marketing selanjutnya dengan cara mengambil dan mempelajari hambatan yang sudah terjadi.

Kata Kunci : Bisnis Properti, Pemasaran Media Sosial, Strategi Pemasaran



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2022
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



STRATEGI PEMASARAN MEDIA SOSIAL *DYNAMITE PLAN* PT. MEKAR BARU PROPERTI INDONESIA

TRISHA IZZATY



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Ahli Madya pada
Program Studi Komunikasi

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2022**

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Penguji pada ujian Laporan Akhir : Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.



Judul Laporan Akhir : Strategi Pemasaran Media Sosial *Dynamite Plan* PT.
Mekar Baru Properti Indonesia
Nama : Trisha Izzaty
NIM : J3A219445

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Disetujui oleh

Pembimbing:
Mulyono, S.Pt., MTI



Diketahui oleh
Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Ketua Program Studi:
Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna, M.Si.
NIP 19670410 199103 1 001

Dekan Sekolah Vokasi:
Prof. Dr. Ir. Arief Darjanto, M.Ec.
NIP 19610618 198609 1 001



Tanggal Ujian:
(12 Juli 2022)

Tanggal Lulus:
(06 AUG 2022)

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.