



# PROSES PRODUKSI *CAMPAIGN* MEDIA SOSIAL DI UNIT DIGITAL SERVICE DAN WIFI (DSW) WITEL BOGOR PT. TELEKOMUNIKASI 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.

ZULFA AZIZA MAULIDA



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies



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

**2022**



## PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan laporan akhir berjudul Proses Produksi *Campaign* Media Sosial di Unit Digital Service dan Wifi (DSW) Witel Bogor PT Telekomunikasi Indonesia adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi 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 ini.

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

Bogor, Agustus 2022

Zulfa Aziza Maulida  
NIM J3A119257



**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

ZULFA AZIZA MAULIDA. Proses Produksi *Campaign* Media Sosial di Unit Digital Service dan Wifi (DSW) Witel Bogor PT. Telekomunikasi Indonesia. Laporan Akhir. Program Studi Komunikasi, Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor. Dibimbing oleh IKA SARTIKA

*Digital Marketing* merupakan suatu aktivitas dalam mempromosikan produk kepada masyarakat melalui media sosial seperti instagram, facebook, dan lainnya. Komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan, tetapi penting juga dalam pemasaran karena komunikasi pemasaran dapat mengatasi masalah-masalah dan komunikasi memegang beberapa peran penting diantaranya dalam pencegahan, membangun situasi yang kondusif, dan mengatasi *recovery* dari suatu keadaan.

Laporan akhir ini ditulis untuk menjelaskan proses pembuatan *campaign* Media Sosial di Unit *Digital Service dan Wifi* (DSW) Witel Bogor PT Telekomunikasi Indonesia. Data dikumpulkan saat mengikuti Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Kantor PT. Telekomunikasi Indonesia Bogor Jl. Raya Padjajaran No.37 Bantarjati, Bogor Utara, Kota Bogor, Jawa Barat yang berlangsung selama tiga bulan dihitung dari tanggal 7 Februari hingga 29 April 2022 dengan waktu kerja Senin-Jumat pukul 08.00-17.00 WIB. Data primer dan sekunder dikumpulkan dengan instrumen daftar pertanyaan, kamera *handphone*, *screen capture*, *recorder*, dan teknik pengumpulan data observasi, partisipasi aktif, wawancara, dan studi pustaka.

Proses produksi *campaign* harus memerlukan beberapa tahapan yang dapat dilewati agar tersusun dan lancar dalam melaksanakannya diantaranya pasca produksi, produksi dan pasca produksi. Tahapan ini sangat penting dalam memproduksi suatu *campaign* agar lebih efektif pada saat memprosesnya.

*Campaign* adalah kegiatan pemasaran yang terarah dan tersusun untuk memperkuat informasi suatu produk melalui media sosial. Namun, kampanye media sosial tentunya berbeda dengan pemasaran yang biasanya dilakukan sehari-hari di media sosial, kampanye media sosial terdapat target fokus dan juga indikator yang tepat.

Kata kunci : kampanye, digital marketing, komunikasi pemasaran, proses produksi, telkom bogor



© 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.



## **PROSES PRODUKSI *CAMPAIGN* MEDIA SOSIAL DI UNIT DIGITAL SERVICE DAN WIFI (DSW) WITEL BOGOR PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA**



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

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

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: Ahmad Aulia Arsyad, SKPm MSi.



Hak cipta milik Institut Pertanian Bogor

Bogor Agricultural University

**Judul Laporan Akhir** : Proses Produksi *Campaign* Media Sosial di Unit Digital Service dan Wifi (DSW) Witel Bogor PT.Telekomunikasi Indonesia  
**Nama** : Zulfa Aziza Maulida  
**NIM** : J3A119257

Disetujui oleh

**Pembimbing 1:**  
Ika Sartika, S.Sn, M.Sn.



Diketahui oleh

**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

**Ketua Program Studi:**  
Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna, M.Si.  
NIP 196704101991031001

**Dekan Sekolah Vokasi IPB:**  
Prof. Dr. Ir. Arief Darjanto, M.Ec.  
NIP 196106181986091001

**Tanggal Ujian :**  
( 11 Juli 2022 )

**Tanggal Lulus :**  
( 10 AUG 2022 )

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.