



RINGKASAN

RESTU RAHMAWATY AULIA ANINDYA. Pemasaran Produk GasKita melalui Sosialisasi dengan Metode Komunikasi Eksternal. *Marketing GasKita Products through Outreach using External Communication*. Dibimbing oleh LEONARD DHARMAWAN.

Pertamina Gas Negara adalah perusahaan nasional Indonesia terbesar di bidang transportasi dan distribusi gas bumi yang berperan besar dalam pemenuhan gas bumi domestic. Komunikasi sangat berfungsi sebagai informasi, dimana komunikasi dapat menyajikan sebuah informasi yang dibutuhkan oleh setiap individu atau kelompok. Produk yang sekarang sedang dilakukan yaitu produk GasKita dimana perusahaan Pertamina Gas Negara menyediakan gas bumi PGN bagi pelanggan residensial dan usaha kecil yang bersih, praktis, dan terjangkau. GasKita dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan energi sehari-hari seperti untuk memasak, pemanas air hingga keperluan pengering pakaian. Gas bumi yang disalurkan ke pelanggan baik rumah tangga, industry, umkm, dan pembangkit listrik melalui moda Gas Pipa dan Non Pipa. Pengetahuan pedagang strategi marketing (pemasaran) sangatlah penting untuk meningkatkan penjualan produk. Optimalisasi media sosial dan branding produk yang menarik dapat memperluas promosi serta menarik perhatian masyarakat luas untuk membeli produk. Oleh sebab itu, diperlukan sosialisasi mengenai strategi pemasaran terkait pemanfaatan sosialisasi sebagai media pemasaran dan branding produk GasKita.

Hasil yang dicapai dari kegiatan sosialisasi ini adalah masyarakat paham memasarkan produk GasKita dan mengerti memasarkan yang lain sehingga berhasil melakukan promosi GasKita dengan menawarkan GasKita untuk menilai kualitas gas bumi. Tindak lanjut dari kegiatan sosialisasi ini masyarakat yang sudah memahami produk GasKita serta lainnya dan dapat membagikan pengetahuannya atau sosialisasi masyarakat.

Laporan Akhir ini bertujuan untuk menjelaskan kontribusi divisi *sales* dalam proses produksi sosialisasi produk GasKita. Pengumpulan data untuk penyusunan Laporan Akhir ini dilaksanakan berdasarkan Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang dilakukan pada semester genap (akhir semester 6) tanggal 1 february sampai dengan tanggal 31 maret 2022 dengan jadwal efektif enam hari kerja dalam seminggu. Senin sampai jumat pukul 07.30 – 16.00 WIB. Seluruh pelaksanaan kegiatan bertempat di Jl. M.A Salmun No.41, Rt.02/Rw.02, Ciwaringin, Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16124. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan Observasi langsung, wawancara, partisipasi aktif, studi pustaka dan dokumentasi.

Divisi *sales* adalah bagian penting dari kegiatan penjualan produk barang atau jasa yang dilakukan dari penjual ke pembeli. Divisi *sales* yang melakukan kegiatan sosialisasi terdiri dari satu tim. Pada perusahaan Pertamina Gas Negara, Divisi *Sales* menjadi satu bagian yang menjalankan proses penjualan menjadi satu bagian dengan bagian pemasaran. namun pekerjaan yang dilakukan oleh tim Divisi *Sales* tidak selamanya berjalan dengan lancar. Mereka tidak sedikit mengalami kendala dalam melakukan pekerjaan tersebut, hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi tim Divisi *Sales* untuk mencari solusi dari permasalahan tersebut.

Kata kunci: Divisi *Sales*, GasKita, komunikasi eksternal, Pertamina Gas Negara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

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