

**LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
MEMAKSIMALKAN STRATEGI DIGITAL MARKETING DI
CV. GRAHA INSAN MANDIRI BERKAH JOMBANG**



Disusun Oleh:

ROSINTAH NUR WAHYUNI 1861068

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG**

2021


**KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
MEMAKSIMALKAN STRATEGI DIGITAL MARKETING DI CV.
GRAHA INSAN MANDIRI BERKAH JOMBANG**



Disusun Oleh:

ROSINTAH NUR WAHYUNI 1861068

Jombang, 20 Desember 2021

Mengetahui,
Pendamping Lapangan

(Andik Veris Febriyanto)

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

(Nur Ali, SE., MSM)

Mengesahkan,
KA Prodi Manajemen



Erminati Pancaningrum, ST.,MSM

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, sehingga penulis dapat menyusun laporan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini dengan judul “Memaksimalkan Strategi Digital Marketing di CV. Graha Insan Mandiri Berkah”. Tentunya, hal ini tidak lepas dari beberapa hal yaitu bantuan, dorongan serta bimbingan yang sangat berguna bagi penulis maupun pihak lain.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan KKM ini tidak berhasil tanpa bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Nur Ali, S.E., M.S.M selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL)
2. Ibu Erminati Pancaningrum, ST.,MSM selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi STIE PGRI Dewantara Jombang.
3. Bapak Andik Veris Febrian selaku pemilik CV. Graha Insan Mandiri Berkah.
4. Semua karyawan atau staff CV. Graha Insan Mandiri Berkah.

Dalam menyusun laporan KKM ini, penulis menyadari bahwa masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan laporan KKM ini serta dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca dan bagi laporan-laporan selanjutnya.

Jombang, 20 Desember 2021

Penyusun

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Kuliah Kerja Magang	1
1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang.....	4
1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang.....	4
1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang.....	5
1.5 Jadwal Waktu Kuliah Kerja Magang.....	5
BAB II	6
TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG.....	6
2.1 Sejarah Perusahaan	6
2.2 Kegiatan Umum Perusahaan	6
BAB III.....	8
PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG.....	8
3.1 Pelaksaaan Kuliah Kerja Magang	8
3.2 Hasil Pengamatan	9
3.3 Usulan Pemecahan Masalah.....	11
BAB IV	12
KESIMPULAN DAN SARAN.....	12
4.1 Kesimpulan	12
4.2 Saran	12
DAFTAR PUSTAKA	13
<i>Lampiran 1</i>	<i>14</i>
<i>Lampiran 2</i>	<i>17</i>
<i>Lampiran 3</i>	<i>18</i>
<i>Lampiran 4</i>	<i>19</i>

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kuliah Kerja Magang

Untuk mendongkrak penjualan produk di suatu perusahaan, banyak strategi yang bisa dilakukan. Konsep dan penerepan digital marketing sebagai salah satu strategi yang dipilih dalam melakukan pemasaran merupakan pilihan tepat dimasa yang teknologinya sudah berkembang seperti saat ini.

Digital marketing bertujuan untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat, apalagi penerimaan teknologi, internet dan social media di masyarakat saat ini semakil luas, sehingga tidak heran kegiatan pemasaran digital dijadikan pilihan utama oleh perusahaan-perusahaan dalam melakukan pemasaran produknya.

Banyak cara melakukan strategi digital marketing, salah satunya adalah melakukan pemasaran di media social perusahaan untuk meningkatkan penjualan. Pemasaran media sosial sendiri merupakan proses pemasaran yang dilakukan oleh pihak ketiga, situs web berbasis media sosial. Saat ini, ada banyak media sosial yang dapat digunakan untuk memasarkan dan mempromosikan produk dan layanan.

Media sosial yang umum digunakan untuk pemasaran dan periklanan antara lain Facebook, Instagram, Twitter, serta kini juga ada Tiktok yang juga bisa dijadikan media untuk promosi. Perusahaan dan brand dapat menggunakan media tersebut untuk melakukan promosi yang terstruktur dan terarah.

Pemasaran media sosial tidak selalu berhubungan langsung dengan jual beli. Pemasaran ini memungkinkan untuk memasarkan konten dalam bentuk postingan di web, foto, atau video. Konten yang dijual di media sosial berkaitan dengan produk yang dijual.

Selain konten pemasaran, metode pemasaran terbaru ini juga digunakan untuk pemasaran merek. Maksud dari branding disini adalah untuk

memperkenalkan brand tersebut kepada masyarakat secara umum atau yang sering disebut dengan brand awareness.

Ada beberapa komponen penting yang perlu ditempatkan dalam pemasaran media sosial. Agar proses pemasaran Anda berjalan lancar, Anda perlu memahami komponen-komponen utama ini. Ini ulasan lengkapnya.

Memang banyak pemasar yang sangat membutuhkan untuk fokus pada satu media sosial. Namun, jika Anda dapat menggabungkan media sosial dengan baik, promosi akan berjalan dengan lancar.

Pengguna media sosial biasanya merespons promosi secara individual di berbagai platform. Beberapa orang menyukai promosi permanen, yang lain menyukai promosi ringan, promosi foto dan video.

Ingatlah untuk berinteraksi dengan orang-orang saat menggunakan media sosial. Ketika seseorang mengajukan pertanyaan atau mengeluh, Anda harus merespons dengan benar. Interaksi aktif meningkatkan kredibilitas merek.

Pemasaran media sosial membutuhkan kesabaran, karena pemasar cenderung menyerah. Ini karena Anda tidak dapat langsung melihat konversi penjualan. Orang harus yakin bahwa mereka ingin membeli. Oleh karena itu, tindakan di sini harus dilakukan secara teratur dan menarik.

Konten yang menyenangkan dan kreatif adalah salah satu kunci sukses pemasaran di media sosial. Konten yang menarik menginspirasi pengguna Internet untuk mengikuti informasi yang Anda berikan.

Peluang yang muncul dari rilis ini memungkinkan pengguna Internet lain untuk mempelajari informasi dan produk bisnis Anda. Buat konten Anda singkat, padat, dan menarik sehingga pengguna Internet tidak perlu membacanya.

Video promosi dalam dunia bisnis sejauh ini sangat pesat, karena merupakan peluang bisnis yang besar. Video promosi akan mempromosikan

produk atau merek dengan meningkatkan penjualan dan menciptakan loyalitas merek atau merek.

Ini adalah salah satu dari empat elemen dasar pemasaran, dengan empat elemen yang terdiri dari empat P: harga, produk, iklan, dan lokasi. Video promosi menggabungkan metode komunikasi yang digunakan pemasar untuk memberikan informasi tentang produk mereka. Informasi tersebut dapat berupa verbal dan visual.

Membuat konten video promosi adalah upaya untuk menginformasikan atau memberikan informasi terhadap suatu produk atau jasa dalam rangka mendorong calon konsumen untuk membeli atau mengonsumsi produk.

Produsen atau distributor mengharapkan penjualan meningkat selama promosi. Melihat sesuatu lebih penting dan berpengaruh daripada membaca sebuah kalimat. Video melengkapi komunikasi visual dan membantu membangun hubungan emosional dengan orang lain. Video menawarkan cara baru untuk menarik pemirsa dan menampilkan lebih banyak informasi hanya dalam satu detik dibandingkan dengan teks dan gambar.

Ini merupakan salah satu metode menunjukkan bahwa informasi dalam video dapat disajikan lebih dalam, tetapi tetap lebih mudah dipahami. Ketika video diimplementasikan dalam dunia pemasaran di website perusahaan, digital signage dan smartphone dapat melakukan trik dengan mendorong pemirsa untuk memanfaatkan informasi yang ditampilkan untuk jangka waktu yang lama.

Selain itu, orang lebih cenderung mengingatnya karena mereka belum melihat dan membaca video yang diberikan. Ini adalah bagian dari pentingnya video dalam dunia bisnis. Telah ditemukan untuk mendapatkan perhatian konsumen lebih cepat daripada yang diiklankan di surat kabar dan pamflet.

Sesuai dengan yang diuraikan dari penjelasan diatas, membuat konten video produk di berbagai media sosial sangat membantu promosi dalam penjualan, apalagi saat ini hampir semua orang memiliki media social. CV

Graha Insan Mandiri Berkah saat ini kurang konsisten dalam membuat konten video produk, oleh sebab itu dalam kegiatan Kuliah Kerja Magang ini kegiatan yang dilakukan adalah memaksimalkan strategi digital marketing dengan membuat konten video produk di media sosial CV Graha Insan Mandiri Berkah untuk dapat meningkatkan promosi penjualan.

1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang

Tujuan dari pelaksanaan Kuliah Kerja Magang adalah sebagai berikut :

1. Perlunya mengetahui keadaan sebenarnya yang terjadi di lapangan, sebagai aplikasi dari teori kuliah yang didapatkan dibangku kuliah.
2. Untuk memaksimalkan digital marketing di sosial media secara konsisten dengan membuat konten video produk CV Graha Insan Mandiri Berkah.

1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang

1. Bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa mampu menerapkan dan mempraktekkan ilmu pengetahuan perkuliahan secara langsung di lapangan kerja.
2. Menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman di lapangan kerja sesuai dengan bidangnya.

2. Bagi Lembaga Perguruan

Terciptanya hubungan Kerjasama yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak, yaitu dapat menempatkan mahasiswa yang potensial untuk mendapatkan pengalaman.

3. Bagi Instansi yang Bersangkutan

1. Instansi dapat memenuhi kebutuhan tenaga kerja yang berwawasan akademik dari kuliah kerja magang tersebut.
2. Instansi dapat melihat tenaga kerja yang potensial dikalangan mahasiswa sehingga apabila suatu saat membutuhkan karyawan bisa merekrut mahasiswa tersebut.

1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang

Kegiatan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini dilaksanakan di CV Graha Insan Mandiri Berkah yang berlokasi di Ruko Pattimura Square Jln Pattimura desa sengon, Kecamatan Jombang Kab. Jombang Jawa Timur.

1.5 Jadwal Waktu Kuliah Kerja Magang

Kegiatan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini dilaksanakan di CV Graha Insan Mandiri Berkah secara individu, dengan waktu 4 minggu atau 1 bulan mulai dari 8 November 2021-11 Desember 2021.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG

2.1 Sejarah Perusahaan

CV Graha Insan Mandiri Berkah beralamat di Jl. Pattimura, Desa Sengon, Kecamatan Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur. CV Graha Insan Mandiri Berkah didirikan oleh bapak Andik Veris pada tahun 2011. CV Graha Insan Mandiri Berkah merupakan perusahaan yang bergerak dibidang distributor online produk kecantikan, produk perawatan tubuh, dan produk kesehatan. Untuk sistem yang digunakan dalam melakukan penjualan adalah dengan menjual produk ke beberapa reseller, agen atau langsung ke konsumen akhir.

Platform yang digunakan CV Graha Insan Mandiri Berkah dalam pemasaran produk sesuai dengan perkembangan jejaring sosial yaitu melalui Instagram, Facebook ads, Marketplace Shopee dan Tokopedia. Seluruh proses transaksi CV Graha Insan Mandiri Berkah dilakukan secara online, karena fokus utama adalah memperluas pasar online sehingga bisa menjangkau seluruh masyarakat di Indonesia. Selain itu, perusahaan ini juga menyediakan jasa periklanan serta pembuatan aplikasi berbasis android dan website.

2.2 Kegiatan Umum Perusahaan

CV Graha Insan Mandiri Berkah merupakan perusahaan resmi menjual produk dari produsen untuk dipasarkan ke agen maupun langsung ke konsumen akhir yang bergerak dibidang distributor online. Produk yang dimiliki ada berbagai macam produk herbal, mulai dari produk perawatan wajah, produk perawatan tubuh dan juga produk kesehatan. Keunggulan dari produk dan pelayanan terhadap konsumen menjadi penunjang berkembangnya perusahaan, hal itu dilakukan dengan memastikan kualitas dari produk, manfaat produk dan jaminan dari produk yang dipasarkan.

Karena banyaknya pengguna internet di Indonesia yang mayoritas gemar berbelanja online, CV Graha Insan Mandiri Berkah sepenuhnya memanfaatkan media sosial yang ada untuk melakukan promosi produk,. Dengan begini, konsumen dengan mudah bisa melakukan pemesanan via link yang tersedia di halaman iklan yang sudah diterbitkan di *platform*, sehingga langsung mengarahkan konsumen untuk mengisi data di *form order online*. Selanjutnya, pesanan akan diterima oleh *customer service* sehingga dapat langsung dihubungi melalui *WhatsApp* dan dikonfirmasi untuk memastikan pesanan tersebut.

CV Graha Insan Mandiri Berkah mempercayai kurir ekspedisi seperti JNE, J&T dan POS untuk pengiriman barang sampai ke tangan konsumen, jika pengiriman ke reseller atau agen besar bisa melalui ECargo. Untuk sistem pembayarannya tersedia 2 opsi yaitu transfer sebelum barang dikirim atau bayar ditempat saat barang datang (*Cash On Delivery*).

BAB III

PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG

3.1 Pelaksanaan Kuliah Kerja Magang

Pelaksanaan Kuliah Kerja Magang yang dilakukan mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang di CV Graha Insan Mandiri Berkah fokus pada digital marketing, untuk membantu perusahaan dalam melakukan promosi di media sosial maka kegiatan yang dilakukan adalah dengan membuat konten video produk.

Untuk membuat konten video produk sebagai promosi di media sosial yang menarik, CV Graha Insan Mandiri Berkah mempunyai standar dalam membuat konten video produk, *konten creator* dituntut untuk memenuhi standar yang telah ditentukan perusahaan, antara lain:

1. Gambar, video dan teks harus jelas
 - Konten creator harus mampu merekam gambar bergerak dan menambahkan teks untuk mendukung keunggulan produk.
 - Teks dijelaskan secara singkat dan jelas informasinya, khususnya tentang manfaat dan bahan yg digunakan.
2. Komponen harus proporsional
 - Gambar, visual, musik, dan teks harus ditambahkan dengan komposisi yang pas.
 - Memperhatikan penggunaan warna teks agar sesuai dan tidak terlalu mencolok.
3. Isi video harus tepat
 - Tidak menampilkan konten yang bertele-tele
 - Membuat konsep video terlebih dahulu
 - Konten berisi video yang singkat, jelas, dan tepat
4. Menambahkan pesan
 - Menyisipkan pesan, baik berupa kata-kata bijak, humor, atau tutorial produk

- Sangat penting menampilkan testimoni produk dari pelanggan untuk menarik konsumen dan membangun kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipromosikan
5. Membuat *opening* video yang menarik
 - Memperhatikan 10 detik pertama agar menampilkan video opening yang menarik
 6. Memasukkan audio dalam video
 - Penambahan audio yang jelas dan enak untuk dinikmati akan menambah kenikmatan konsumen dalam menonton video
 - Memilih lagu yang menarik dan sesuai dengan video, musik yang lagi *happening*, dan yang tidak melanggar hak cipta
 7. Menambahkan *motion grafis*
 - Membuat video jadi tampak menarik
 - Dengan menambahkan *motion grafis*, membuat video tidak terkesan monoton dan terlihat sangat dinamis

3.2 Hasil Pengamatan

Dari hasil pengamatan ditemukan adanya kendala adalah strategi digital marketing harus konsisten dibuat dan memerlukan inovasi-inovasi agar strategi yang digunakan mampu berhasil. Digital marketing membantu perusahaan dalam memasarkan produk maupun jasa mereka, sehingga dapat mudah dijangkau konsumen yang tengah mencari produk tersebut. Digital marketing merupakan pemanfaatan dari internet sebagai suatu teknologi yang menghubungkan komunikasi dua arah antara penjual dengan pembeli (Oktaviani & Rustandi, 2018).

Digital marketing digunakan untuk memperluas pemasaran dari cara konvensional menjadi serba digital untuk dijangkau konsumen secara tepat waktu dan fleksibel. Digital marketing telah mengalami evolusi dari kegiatan pemasaran yang menggunakan sarana online menjadi proses memperoleh konsumen, membangun preferensi konsumen, promosi produk dan merek, pemeliharaan konsumen dan peningkatan penjualan (Purwana, Rahmi, & Aditya, 2018).

(Masyithoh & Novitaningtyas, 2021) Hal-hal yang dapat mempengaruhi digital marketing yaitu:

1) Website

Website merupakan fasilitas internet berupa halaman web yang menampilkan berbagai informasi dalam bentuk digital baik berupa tulisan, gambar, video, animasi maupun suara. Website adalah situs web yang dapat diakses secara mudah dan cepat. Website banyak dimanfaatkan sebagai sarana bisnis yaitu pemasaran digital dimana informasi akan mudah dijangkau oleh konsumen.

2) Search Engine Marketing

Search Engine Marketing adalah metode pemasaran digital menggunakan iklan berbayar yang ada pada mesin pencarian untuk memperoleh traffic ke website. Search Engine Marketing digunakan untuk membantu pengembangan bisnis di era digitalisasi.

3) E-mail Marketing

E-mail Marketing merupakan bentuk pemasaran digital dengan memanfaatkan media email untuk mempromosikan produk ataupun jasa. E-mail marketing ditujukan bagi calon konsumen maupun konsumen yang pernah membeli produk suatu perusahaan. Pemasaran ini digunakan untuk membangun koneksi dengan konsumen agar mereka mengetahui penawaran terbaru yang dipromosikan.

4) Social Media Marketing

Menurut Gunelius (2011 dalam Ratana, 2018) social media marketing merupakan bentuk pemasaran langsung maupun tidak langsung untuk membangun kesadaran, pengenalan merek, peningkatan kembali, dan penindakan terhadap merek, bisnis, produk yang dikemas dengan alat-alat di situs jejaring sosial. Media sosial membantu pelaku usaha dalam mencari konsumen dan membangun hubungan yang lebih personal

Dalam melakukan sosia media marketing akan membantu dalam mengenalkan produk kepada para konsumen, karena media sosial membantu

perusahaan menemukan konsumen dan membangun hubungan dalam mencari konsumen. Di media sosial CV Graha Insan Mandiri Berkah terkendala *viewer*, jangkauan dan tingkat *feedback* dari pengguna sosial media Instagram dan Tiktok masih rendah. Padahal saat *view* video besar maka peluang untuk mendapatkan konsumen sangatlah besar pula.

3.3 Usulan Pemecahan Masalah

Pemasaran video adalah metode baru pemasaran online menggunakan media video. Pemasaran video adalah pilihan terbaik untuk pemasaran online karena pemasaran video melampaui ide dan menarik, penanda video dapat menampilkan gambar dan suara pada saat yang sama dan memiliki dampak positif pada orang-orang yang menonton video. Selain itu, ada lagi manfaat lain dari video marketing yaitu video marketing, tentunya dapat diketahui secara pasti siapa audiencenya.

Istilah lain dari video marketing adalah metode pemasaran baru dalam pemasaran online yang menggunakan media video. Pemasaran video adalah strategi terbaik untuk pemasaran merek/bisnis di era digital ini. Karena jika video pemasaran dipikirkan dengan baik dan menghasilkan hasil yang menarik, secara bersamaan dapat menampilkan visual dan suara yang mudah diterima audiens, dan mengubah audiens menjadi pelanggan.

Adapun solusi dalam kendala diatas, yaitu menentukan target pasar dan membuat konsep yang lebih menarik setiap harinya dan mencari referensi konten menarik dan sedang disukai pengguna Instagram dan Tiktok. Selain itu, pemilihan audio juga harus sangat diperhatikan. Memilih musik yang sedang trend juga mampu mempengaruhi jumlah *viewer* dan *feedback* yang didapatkan.

Selain itu, segmentasi juga perlu dilakukan agar strategi digital marketing dengan video produk bisa tepat sasaran. Ketika melakukan pemasaran melalui online video marketing maka akan banyak konsumen yang tertarik sehingga mudah memilih dan membeli produk sesuai keinginan (Satriani, 2019).

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dari hasil Kuliah Kerja Magang (KKM) yang dilaksanakan di CV Graha Insan Mandiri Berkah dapat penulis menarik kesimpulan bahwa digital marketing merupakan strategi yang dapat digunakan bagi perusahaan ini untuk meningkatkan peneualan serta melakukan promosi, apalagi dengan makin berkembangnya teknologi dan social media yang telah dibuat oleh perusahaan, maka hal ini sangat bermanfaat bagi perusahaan.

Dengan membuat konten video produk sebagai salah satu cara promosi di media sosial juga sangat penting, karena ini adalah salah satu cara yang mampu menarik pelanggan dengan cepat, apalagi saat ini semua orang pasti memiliki media sosial.

4.2 Saran

Berdasarkan pengamatan data yang diperoleh pengamat di objek KKM, CV Graha Insan Mandiri Berkah sudah bagus dalam melakukan strategi digital marketing dan standar membuat video produk, hanya perlu konsisten dan *update* segala apa yang saat ini lagi tentang konten yang saat ini bisa menarik pelanggan.



DAFTAR PUSTAKA



- Masyithoh, I. N., & Novitaningtyas, I. (2021). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia*. 1-5.
- Oktaviani, & Rustandi. (2018). *Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness*. 3(1), 1-20.
- Purwana, Rahmi, & Aditya. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Suren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Satriani. (2019). *Strategi Promosi Produk Online Video Marketing di Kota Parepare (Analisis Hukum Islam)*.



Lampiran 1

FORMULIR KEGIATAN HARIAN MAHASISWA

Nama : Rosintah Nur Wahyuni
 NIM : 1861068
 Program Studi : Manajemen
 Tempat KKM : CV GRAHIA INSAN MANDIRI BERKAH
 Bagian/Bidang : Konten Creator

Minggu Ke	Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
I	8/10/2021	Pengenalan lingkungan tempat magang dan pembelajaran posisi yang akan ditempati mahasiswa	
	9/10/2021	Pembelajaran membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	10/10/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	11/10/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	12/10/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	13/10/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
II	15/10/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	16/10/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	17/10/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	18/10/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	19/10/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit	

		video, share video di sosial media	
	20/10/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
III	22/11/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	23/11/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	24/11/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	25/11/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	26/11/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	27/11/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
IV	29/11/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	30/11/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	1/12/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	2/12/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	3/12/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	4/12/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
V	6/12/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	7/12/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	

	8/12/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	9/12/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	10/12/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
	11/12/2021	Membuat konten video produk, mengenal produk, take video, edit video, share video di sosial media	
VI	13/12/2021	Pengerjaan Laporan Magang	
	14/12/2021	Pengerjaan Laporan Magang	
	15/12/2021	Pengerjaan Laporan Magang	
	16/12/2021	Pengerjaan Laporan Magang	

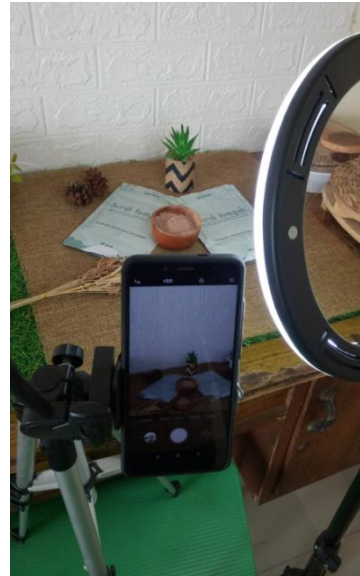
Jombang, 20 Desember 2021
Pendamping Lapangan



(Andik Veris F)

Lampiran 2

DOKUMENTASI TAKE VIDEO PRODUK



Lampiran 3

DOKUMENTASI SHARE KONTEN VIDEO PROMOSI DI STORY INSTAGRAM



Lampiran 4

DOKUMENTASI SHARE KONTEN VIDEO PROMOSI DI TIKTOK

