



**STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK PT PG RAJAWALI
1 GUNA MENINGKATKAN POPULARITAS PRODUK R1**

KERJA PRAKTIK



UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

DIAN RAFIKA SARI

19420200002

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA
2022

STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK PT PG RAJAWALI 1 GUNA MENINGKATKAN POPULARITAS PRODUK R1

LAPORAN KERJA PRAKTIK

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana



UNIVERSITAS
Disusun oleh :

Nama : DIAN RAFIKA SARI
NIM : 19420200002
Program : S1 (Strata Satu)
Jurusan : Desain Produk

**FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF
UNIVERSITAS DINAMIKA
2022**

LEMBAR MOTTO



“Teruslah berusaha dan memiliki komitmen walaupun usahamu tidak dihargai orang lain”

UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PERSEMBAHAN



*“Saya persembahkan untuk kedua Orang Tua saya, orang kantor
PT PG Rajawali 1 dan teman-teman saya yang selalu membantu dan
support saya ”*

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK PT PG RAJAWALI 1 GUNA
MENINGKATKAN POPULARITAS PRODUK R1

Laporan kerja praktik oleh :

Dian Rafika Sari

NIM : 19.42020.0002

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui

Surabaya, 23 Desember 2022

Penyelia,

Disetujui

Dosen Pembimbing,

Digitally signed

by Yosef Richo

Date:

2022.11.16

14:29:24

Yosef Richo Adrianto, S.T., M.SM.

NIDN. 0728038603

Herbudi Desarvanto

NIP.97105

Mengetahui,

Kepala Program Studi S1 Desain Produk

Digitally signed

by Yosef Richo

Date:

2022.11.16

14:29:37

Yosef Richo Adrianto, S.T., M.SM.

NIDN. 0728038603

**PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : **Dian Rafika Sari**

NIM : **19.42020.0002**

Program Studi : **S1 Desain Produk**

Fakultas : **Fakultas Desain & Industri Kreatif**

Jenis Karya : **Laporan Kerja Praktik**

Judul Karya : **STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK
PT PG RAJAWALI 1 GUNA MENINGKATKAN POPULARITAS
PRODUK R1**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada **Universitas Dinamika** Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas untuk disimpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar keserjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Surabaya, 23 Desember 2022



Dian Rafika Sari

NIM : 19.42020.0002

ABSTRAK

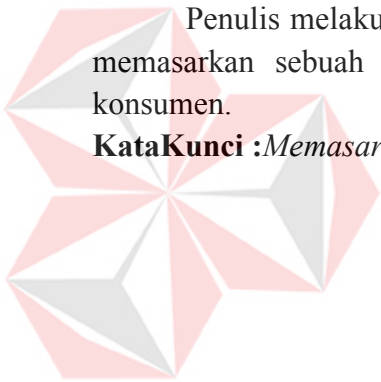
Kerja praktik adalah suatu kegiatan selama perkuliahan yang menunjang mahasiswa dalam pembelajaran untuk terjun ke dalam dunia kerja yang sebenarnya. Dengan mengikuti kerja praktik ini, mahasiswa mendapat pengetahuan mengenai apa saja yang terjadi dalam dunia kerja.

Dalam kerja praktik di PT. PG Rajawali 1 ini, mahasiswa diantaranya dapat mempelajari pentingnya konten creator berbasis digital marketing untuk produk sehingga dapat menarik minat konsumen dan memasarkan produk lebih luas.

PT. PG Rajawali 1 merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri kemasan yang berada di Jl. Undaan Kulon No.57-59 Surabaya. Produk yang dihasilkan seperti produk Raja Gula, Kecap Majamanis, Keris Merah (Brown Sugar dan Light Brown Sugar), Hijus, dan Gula Gachet R1.

Penulis melakukan Kerja Praktik selama 1 bulan yang diberikan tanggung jawab untuk memasarkan sebuah produk berbasis Digital Marketing (konten creator) untuk menarik konsumen.

Kata Kunci : *Memasarkan Produk, Digital Marketing, Menarik konsumen*



UNIVERSITAS
Dinamika

KATAPENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Pelaksanaan Kerja Praktik ini dengan judul “STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK PT PG RAJAWALI 1 GUNA MENINGKATKAN POPULARITAS PRODUK R1” KerjaPraktik ini merupakan salah satu mata kuliah yang wajib ditempuh di Program Studi S1 DesainProduk Universitas Dinamika Surabaya. Laporan Kerja Praktik ini disusun sebagaipelengkap Kerja Praktik yang telah dilaksanakan lebih kurang 1 bulan di PT. PG Rajawali 1 . Dengan selesainya laporan Kerja Praktik ini tidak terlepas dari bantuanbanyak pihak yang telah memberikan masukan-masukan kepada penulis. Untuk itupenulismengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Kedua orangtua serta keluarga yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan selama proses penyusunan laporan kerja praktik.
2. Bapak Yosef Richo Adrianto,S.T.,M.SM. selaku Ketua Program Studi dan Dosen Pembimbing S1 Desain Produk Universitas Dinamika yang telah bersedia menerima dan memberi bimbingan selama proses penyusunan laporan kerja praktik ini.
3. Bapak Herbudi Desaryanto selaku penyelia di PT. PG Rajawali 1 yang telah bersedia memberikan tempat untuk melaksanakan kerja praktik.
4. Semua orang kantor yang telah ramah dan memberikan kepercayaan kepada saya untuk mengikuti segala acara di perusahaan ini.
5. Sahabat dan teman-teman yang telah memberi dukungan hingga tersusunnya laporan ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat pada laporan ini.Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran agar laporan kerja praktik ini bisa lebih baik lagi untuk kedepannya dan dapat bermanfaat untuk semua orang.

Surabaya, 23 Desember 2022

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	1
1.3 Batasan Masalah	1
1.4 Tujuan	2
1.5 Manfaat	2
BAB II	4
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	4
2.1 Profil Instansi	4
2.2 Sejarah Singkat PT. PG Rajawali 1	4
2.3 <i>Overview</i> Perusahaan	5

BAB III.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
3.1 Desain.....	8
3.2 Pemasaran.....	8
3.3 Digital Marketing.....	8
3.4 Content Creator.....	9
BAB IV.....	10
DESKRIPSI PEKERJAAN.....	10
4.1 Analisa Sistem.....	10
4.2 Posisi Pada Instansi.....	10
4.3 Kegiatan Selama Kerja Praktik di PT. PG Rajawali 1.....	10
4.3.1 Minggu Pertama.....	11
4.3.2 Minggu Kedua.....	11
4.3.3 Minggu Ketiga.....	11
4.3.4 Minggu Keempat.....	12
BAB V.....	14
PENUTUP.....	14
5.1 Kesimpulan.....	14
5.2 Saran.....	14
DAFTAR PUSTAKA.....	15
LAMPIRAN.....	16
BIODATA PENULIS.....	24

DAFTARGAMBAR

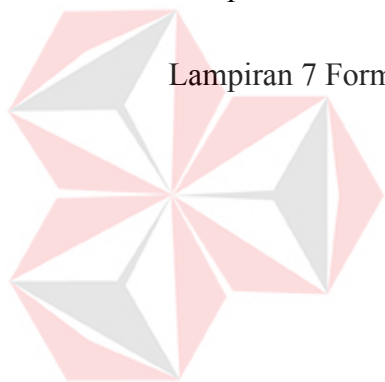
Gambar 2.1 Logo PT. PG Rajawali 1	5
Gambar 2.2 Peta Lokasi PT. PG Rajawali 1	6
Gambar 2.3 Letak Lokasi PT. PG Rajawali 1	6
Gambar 2.4 Tampilan Website PT. PG Rajawali 1	7
Gambar4.3.3.1 Proses Pengerjaan Foto dan Video.....	11
Gambar4.3.4.1 Hasil final Video Produk.....	12
Gambar4.3.4.2 Hasil final Foto Produk	13



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan Kerja Praktik Perusahaan	17
Lampiran 2 Form Kerja Praktik 5 (Halaman1).....	18
Lampiran 3 Form Kerja Praktik 5 (Halaman2).....	19
Lampiran 4 Log Harian Acuan Kerja Selama 1 Bulan	20
Lampiran 5 Form Kerja Praktik 7 (Halaman1).....	21
Lampiran 6 Form Kerja Praktik 7 (Halaman 2).....	22
Lampiran 7 Form Bimbingan Kerja Praktik	23



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Pabrik Gula Rajawali I adalah anak perusahaan PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero) atau yang tergabung dalam BUMN Klaster Pangan dan bergerak di bidang Industri gula. PT PG Rajawali I memiliki 2 (dua) unit Pabrik Gula (PG) yaitu PG Rejo Agung Baru di Madiun dan PG Krobot Baru di Malang. PT PG Rajawali I memiliki visi untuk menjadi industri berbasis tebu yang unggul dalam persaingan global. Untuk mewujudkannya, misi yang dilakukan adalah terus meningkatkan kinerja terbaik melalui pencapaian produktivitas dan efektivitas, yang berorientasi kualitas produk, pelayanan pelanggan prima serta menjadi perusahaan yang memiliki komitmen tinggi terhadap kelestarian lingkungan.

PT PG Rajawali I mempunyai budaya perusahaan yang sangat kuat untuk menyatukan visi dan misi seluruh insan perusahaan. Perusahaan mengharapkan agar seluruh insan dan khususnya karyawan mampu mengimplementasikan nilai-nilai perusahaan atau core values BUMN yaitu AKHLAK (Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif). Hal diharapkan agar kinerja karyawan memiliki dampak positif untuk pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan karyawan yang kompeten di bidangnya.

1.2 Rumusan Masalah

PT. PG Rajawali 1 tersebut, belum memiliki tim desain untuk memasarkan produk tersebut. “Bagaimana cara memasarkan produk untuk PT. PG Rajawali 1 berbasis Digital Marketing?”.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang dibahas didalam Kerja Praktik ini adalah memasarkan produk R1 menggunakan ide konten creator berbasis digital marketing.

1.4 Tujuan

Setelah penulis menemukan rumusan masalah, maka dapat ditentukan adapun tujuan dari Kerja Pratik ini, yaitu memdesain kemasan untuk PT PG Rajawali 1 agar sebuah produk perusahaan tersebut memiliki ciri khas dan karakteristik yang sudah dibuat.

Dari hasil mendesain kemasan pada Kerja Praktik di PT PG Rajawali 1 dapat menambah wawasan, pengalaman dalam proses memasarkan produk, dan softskill di antara lain bersikap profesional, cara bekerja secara individu atau tim, mengetahui cara beretikadidalam lingkungan kerja dan berpikir kreatif

1.5 Manfaat

1.5.1 Bagi Mahasiswa :

Melalui Kerja Praktik tersebut, mahasiswa dapat memperoleh manfaat seperti berikut:

1. Menambah pengalaman dan relasi di dunia kerja
2. Melatih *softskill* dibidang desain pemasaran produk
3. Menambah wawasan untuk mempersiapkan diri sebaik secara praktis maupun secara teoritis
4. Memperoleh kesempatan berlatih pada dunia industri
5. Menjalin hubungan antara industri dan perguruan tinggi.

1.5.2 Bagi Perusahaan :

1. Perusahaan mendapat bantuan tenaga dari mahasiswa yang melakukan Kerja Praktik
2. Perusahaan mendapatkan tenaga kerja di tingkat akademis
3. Memudahkan perusahaan dalam mencari tenaga kerja dibidang desain

1.5.3 Bagi Akademis :

1. KerjaPraktikdapatdijadikansebagaialatpromosikeberadaanAkademikditengah-tengah dunia kerja.
2. Perguruantinggimemperolehmasukandancarauntukmeningkatkan kualitas lulusannyamelalui pengalaman KerjaPraktik.
3. Pengetahuan/pengalaman Kerja Praktik yang didapat bisa diterapkan padaperkuliahan.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Instansi

Nama Instansi : PT PG Rajawali 1

Alamat :Jl. Undaan Kulon No.57-59 Surabaya

Telp/Fax : (031) 5343551-3

Email :marketing@rajawali1.co.id

Website :http://pgrajawali1.co.id/

2.2 Sejarah Singkat PT PG Rajawali 1

PT PG Rajawali I didirikan pada tahun 1996 melalui akta notaris nomor 93 tanggal 28 Agustus 1996 yang dibuat dihadapan Notaris Achmad Abid, S.H., CN, pengganti Notaris Sutjipto di Jakarta berdasarkan Surat Penetapan Keterangan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan, tertanggal 16 (enam belas) Juli 1996 dengan nomor keputusan 179/Pdt.P/Not/96/PN.Jkt.Se dan Akta Perubahan tersebut telah disetujui dan disahkan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor C2-9513.HT.01.04.TH.96. tanggal 15 Oktober 1996.

PT PG Rajawali I merupakan penggabungan/Merger Company PT Pabrik Gula Rejo Agung ke dalam PT Pabrik Gula Krebet Baru dengan Baru pada tanggal 28 Agustus 1996 melalui perjanjian penggabungan usaha yang tertuang dalam Akta no. 92 tanggal 28 Agustus 1996 yang dibuat di hadapan Notaris Achmad Abid, S.H., CN, pengganti Notaris Sutjipto di Jakarta berdasarkan Surat Penetapan Keterangan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan, tertanggal 16 (enam belas) Juli 1996 dengan nomor keputusan 179/Pdt.P/Not/96/PN.Jkt.Sel.

2.3 Overview Perusahaan

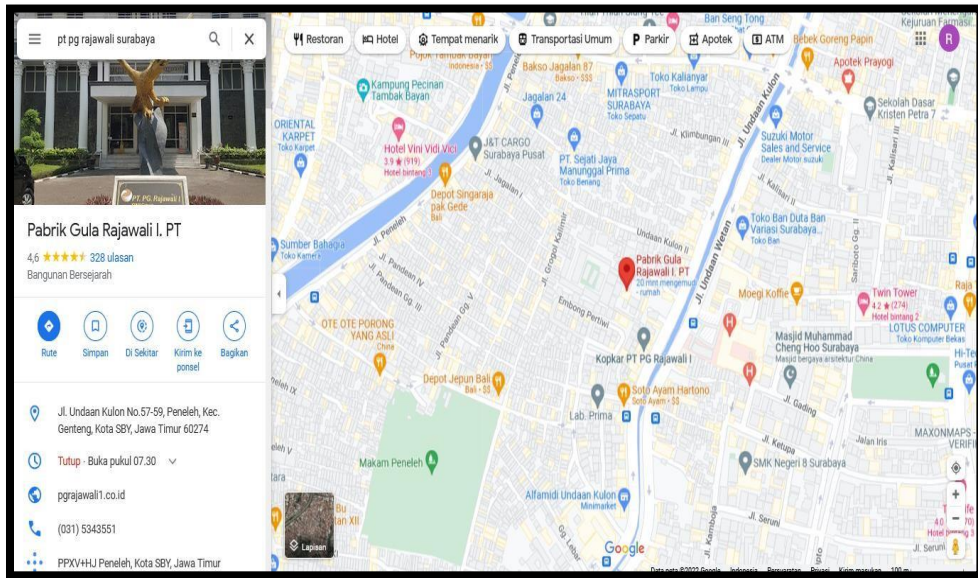
Dalam melakukan Kerja Praktik, sangat penting sekali bagi mahasiswa dalam mengenal sebuah lingkungan dari Perusahaan tersebut. Baik dari segi perorangan hingga dari segi lingkungan di sekitar Perusahaan. Karena ini akan sangat dibutuhkan ketika melakukan masa kerja.

PT.PGRAJAWALI 1 yang beralamat di Jl. Undaan Kulon No.57-59 Surabaya

(gambar 2.2 dan gambar 2.3) merupakan tempat PT.PGRAJAWALI 1, serta gambar 2.4 merupakan tampilan dari *Website* PT.PGRAJAWALI 1. Berikut ini adalah logo PT.PGRAJAWALI 1 Indonesia, Surabaya



Gambar 2.1 Logo PT.PGRAJAWALI 1



Gambar2.2PetaLokasiPT.PGRAJAWALI 1

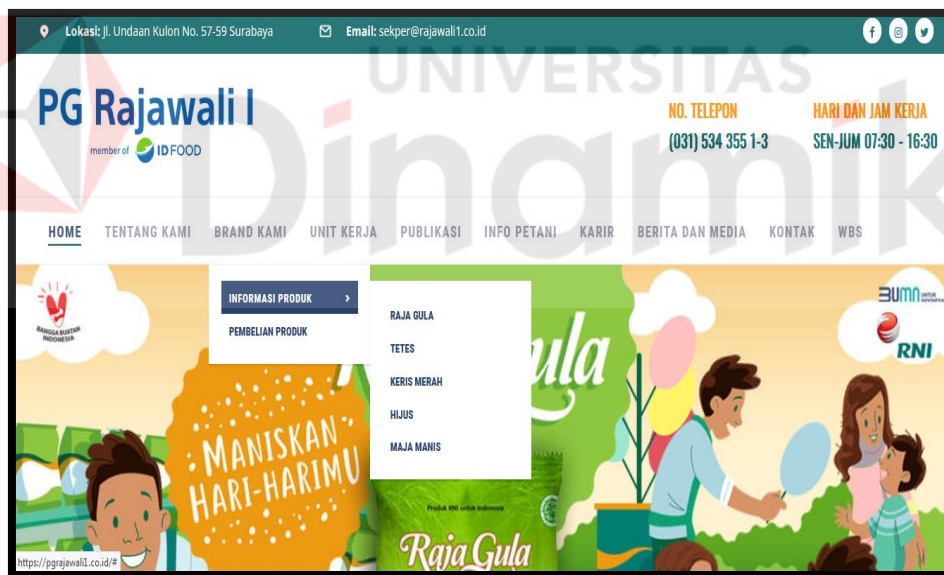
(<https://www.google.com/maps/place/Pabrik+Gula+Rajawali+I>)



Gambar2.3LetakLokasiPT.PGRAJAWALI 1



Gambar2.4TampilanWebsitePT.PGRAJAWALI 1



Gambar 2.5 Tampilan nama produk yang di Produksi

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Desain

Desain adalah sebuah kegiatan kreatif untuk merencanakan dan merancang sesuatu yang umumnya fungsional dan tidak ada sebelumnya dalam rangka menyelesaikan suatu masalah tertentu agar memiliki nilai lebih dan menjadi lebih bermanfaat bagi penggunanya, **JB Reswick (dalam Pilliang, 2008, hlm. 384)**. Selain itu, desain merupakan faktor yang membangun kegiatan inovasipemanusiaananteknologi,dinamikabudayadan perubahanekonomi(**ICSID,1999**).

3.2 Pemasaran

Pemasaran yakni adalah sistem secara keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis atau usaha yakni yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga barang atau jasa yang sesuai, mempromosikan barang dan jasa, dan mendistribusikan barang dan jasa kepada konsumen dan bisa memuaskan konsumen. Pemasaran merupakan kegiatan tukar menukar yang bertujuan untuk memuaskan keinginan manusia serta dalam arti bisnis. (**William J. Stanton**)

3.3 Digital Marketing

Digital Marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang umumnya digunakan untuk mempromosikan barang dan jasa kepada pelanggan dengan memanfaatkan berbagai saluran distribusi. Melalui sosial media, pembeli dapat memperoleh informasi kapan saja dan dimana pun mereka butuhkan. Dengan jumlah pengguna sosial media yang banyak dan semakin hari semakin bertambah membuka peluang bagi UKM untuk mengembangkan pasarnya dalam genggamannya smartphone.

Pemasaran digital adalah praktik mempromosikan produk dan layanan menggunakan saluran distribusi digital. Pemasaran digital juga disebut sebagai e-marketing dan termasuk iklan digital atau online, yang mengirimkan pesan pemasaran kepada pelanggan dengan lebih cepat dan mudah. **Lane (2008)**

3.4 Content Creator

Menurut Coach B. yang diakses tahun 2020 pengertian Content creator adalah sebuah profesi yang membuat suatu konten baik berupa tulisan, gambar, video, suara ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten-konten tersebut dibuat untuk media, terutama media digital seperti, Youtube, Snapchat, Instagram, WordPress, Blogger, dan Website (Coach : 2020).

Saat ini content creator tidak sekedar menampilkan gambar dan suara saja, karena kebanyakan konten berupa berita, tutorial, update dan sebagainya, masih melalui tulisan, yang selanjutnya akan diproses kembali menjadi sebuah video.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa content creator adalah profesi yang membuat suatu konten bisa berupa tulisan maupun video yang platformnya media internet.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

Dalam Bab IV ini dibahas mengenai deskripsi pekerjaan selama melakukan Kerja Praktik di PT.PGRAJAWALI

1. Pada pelaksanaan Kerja Praktik, diberikan tugas yang berhubungan dengan desain produk yaitu membuat desain kemasan dengan tema Surabaya di PT.PGRAJAWALI 1.

4.1 Analisa Sistem

Kerja praktik yang dilaksanakan ialah sebagai berikut:

Nama Institusi : PT.PGRAJAWALI 1
Divisi : Digital Marketing
Tempat : Jl. Undaan Kulon No.57-59 Surabaya

Kerja praktik dilaksanakan selama satu bulan, dimulai dari 03 Oktober 2022 hingga 17 September 2022, dengan alokasi waktu Senin sampai Jum'at pada pukul 07.30 – 15.00 Waktu Indonesia bagian Barat.

4.2 Posisi Pada Instansi

Pada saat pelaksanaan Kerja Praktik, posisi yang didapat oleh penulis ialah sebagai *Content Creator*, yang memiliki tugas untuk memasarkan produk berbasis Digital Marketing di PT.PGRAJAWALI 1

4.3 Kegiatan Selama Kerja Praktik di PT.PGRAJAWALI 1

Kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan Kerja Praktik di PT.PGRAJAWALI 1 dilaksanakan secara *workform office* dan dilaporkan dengan rincian sebagai laporan kegiatan berikut

4.3.1 Minggu Pertama

Pembagian tugas untuk job desk masing-masing oleh kepala bagian retail dan hilirisasi yaitu Pak Bayu Adhinugraha dan pengenalan tentang perusahaan.

4.3.2 Minggu Kedua

Melakukan pemasaran secara digital lewat social media dengan tim untuk menarik perhatian konsumen guna popularitas produk R1.

4.3.3 Minggu Ketiga

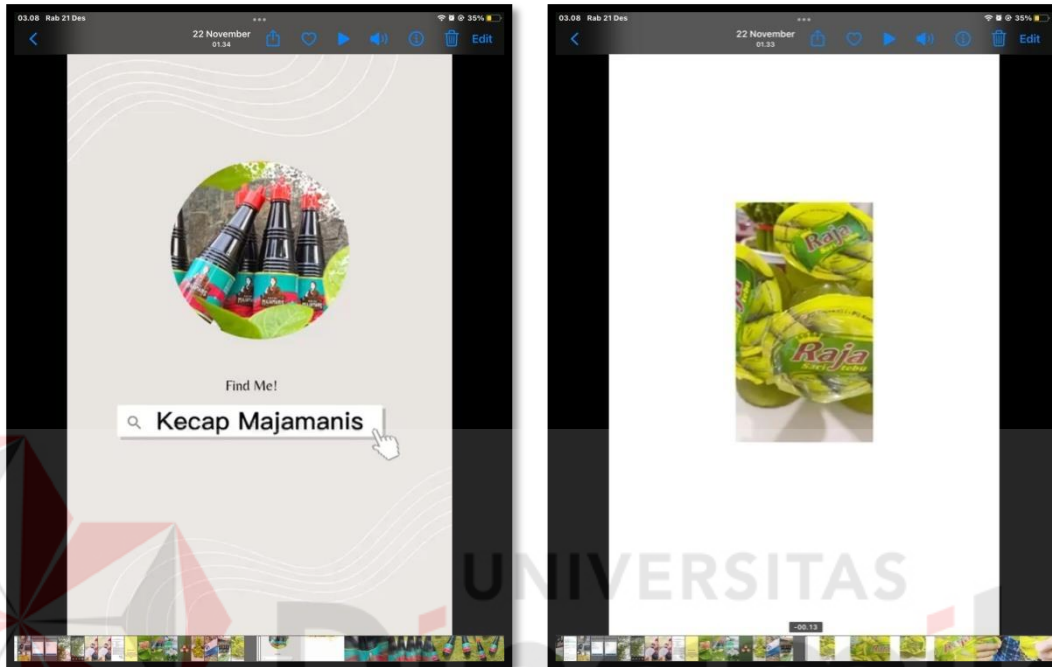
Setelah ide penulis diterima, maka dilanjutkan dengan proses pembuatan konten kreator. Untuk membuat foto dan video, penulis menggunakan iPad dengan aplikasi Procreate dan InShot



Gambar 4.3.3.1 Proses Pengerjaan Foto dan Video

4.3.4 Minggu Keempat

Evaluasi dan *final* tentang konten creator yang dibuat oleh penulis.



Gambar 4.3.4.1 HasilfinalVideo Produk

		
<p>KERIS MERAH “Dark Brown Sugar” Kemasan Pouch (400 gram)</p>	<p>GULA KRISTAL PUTIH “White Sugar R1” Kemasan Sachet (8 gram)</p>	<p>KERIS MERAH “Light Brown Sugar” Kemasan Pouch (400 gram)</p>
		
<p>“HIJUS” Kemasan Botol (250 ml)</p>	<p>“RAJA GULA” Kemasan (1 Kg)</p>	<p>“PUTRI MAJAMANIS” Kemasan Botol (275 ml)</p>

Gambar 4.3.4.2 HasilfinalFoto Produk

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman saya saat melakukan kerja praktik pada PT. PG Rajawali 1, maka dapat disimpulkan beberapa hal yaitu:

1. Mengetahui sistem kerja pada PT. PG Rajawali 1.
2. Mengetahui permasalahan di bidang digital marketing.
3. Memahami peran Desain Produk dan Pemasaran dalam dunia pekerjaan.
4. Mendapatkan pengalaman dalam dunia kerja di sebuah perusahaan.
5. Mendapatkan pengetahuan banyak tentang dunia kerja.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

- a. Perusahaan bisa lebih menyiapkan fasilitas penunjang (studio mini) untuk mahasiswa yang akan melakukan Kerja Praktik.
- b. Perusahaan sebaiknya memperjelas *jobdesc* dan *tutorial pengambilan foto/video* untuk para mahasiswa yang magang di perusahaan.

2. Bagi Mahasiswa

Untuk mahasiswa yang melakukan kerja praktik lebih meningkatkan komitmen, kedisiplinan, dan bekerja dalam kelompok

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal :

Kosasi, S. (2014). Pembuatan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Digital Marketing UntukMemperluas Pangsa Pasar. *Prosiding SNATIF*, 225-232..

Afrilia, A. M. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen. *Di Jurnal Riset Komunikasi*, 147-157

Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*,25-32.

Internet :

Gityandraputra, D. (2018, Desember 05). Inspirasi dalam Membuat Konten Instagram Story yang Mengundang Engagement. Diambil kembali dari Academy: <https://academy.getcraft.com/id/inspirasi-membuat-konten-instagram-story>