

RINGKASAN

“EFEKTIVITAS PENGGUNAAN *INFLUENCER* SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA PT. JUARA ROTI INDONESIA DI KLATEN JAWA TENGAN” Ahmad Makruf Maulana, NIM D43211470, Tahun 2025, Halaman 49, Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, DR. R. Alamsyah Sutantion, S.E., M.Si. (Pembimbing).

Magang merupakan syarat kelulusan bagi mahasiswa Politeknik Negeri Jember untuk memperoleh pengalaman kerja langsung dan mengasah keterampilan sesuai bidangnya. Program kegiatan magang dilaksanakan selama 5 bulan pada semester 7, dengan total durasi 900 jam kerja. Tahapan magang meliputi pra magang (30 jam), pelaksanaan (800 jam), dan pasca magang (70 jam).

PT Juara Roti Indonesia (JURI) merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang pengolahan makanan dan roti kekinian, dengan produk utama berupa roti Ropi. Roti Ropi adalah kudapan bercita rasa unik dengan aroma kopi yang khas, tekstur renyah di luar dan lembut di dalam, memiliki 7 pilihan varian rasa seperti butter, mocca, tiramisu, cokelat, srikaya, vanilla, dan keju yang disukai oleh pelanggan dari berbagai macam kalangan. ROPI juga menyediakan topping aroma milk dan aroma pandan untuk pelanggan yang tidak menyukai topping kopi.

Terdapat beberapa masalah yang dalam mencapai efektivitas penggunaan *Influencer* sebagai media komunikasi pemasaran digital pada PT. Juara Roti Indonesia, yang berkaitan dengan faktor *man* (manusia) yaitu: kurangnya *engagement* antara *influencer* dan publik. Faktor *Machine* (Mesin) yaitu: kurang maksimalnya pemanfaatan media sosial. Faktor *environment* (lingkungan) yaitu persaingan ketat dengan *brand* lain yang juga menggunakan *influencer* dan perubahan *trend* digital yang cepat