

## **RINGKASAN**

**Strategi Pemasaran Produk Tinta Pt Rexink Chemindo Indonesia Melalui Platform Facebook**, Farel Rafi Kiswara, NIM. D43220804, Tahun 2025, 59 halaman, Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Jember, Dr. Ardhitya Alam Wiguna, S.E., M.M. (Dosen Pendamping) dan Soeharsono Soekardjo (Pembimbing Lapang).

Perkembangan industri di Indonesia yang semakin pesat menuntut ketersediaan sumber daya manusia yang kompeten dan sesuai dengan kebutuhan dunia kerja. Sebagai institusi pendidikan vokasi, Politeknik memiliki peran strategis dalam mencetak lulusan yang tidak hanya memahami teori, tetapi juga memiliki keterampilan praktis yang dapat diterapkan secara langsung di lingkungan industri.

Sebagai bentuk implementasi pembelajaran vokasi, Politeknik Negeri Jember POLIJE mewajibkan mahasiswa mengikuti program magang selama satu semester dengan beban 20 SKS atau 900 jam. Program magang ini bertujuan untuk memberikan pengalaman kerja nyata, meningkatkan kemampuan teknis dan profesional mahasiswa, serta menjembatani kesenjangan antara dunia pendidikan dan dunia industri.

Penulis melaksanakan kegiatan magang di PT Rexink Chemindo Indonesia pada periode 7 Juli 2025 hingga 2 Desember 2025, perusahaan yang bergerak di bidang produksi tinta cetak. Di tengah persaingan industri tinta yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Pemanfaatan teknologi informasi melalui media sosial menjadi salah satu upaya PT Rexink Chemindo Indonesia dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, evaluasi terhadap proses pemasaran berbasis media sosial menjadi penting guna mendukung keberlanjutan dan pengembangan perusahaan.