

RINGKASAN

Strategi Pemasaran Digital Berbasis Konten Media Sosial Pada PT Benih Citra Asia, Ihsan Bima Ari Juniardi, NIM D43222051, Tahun 2025, 46 Halaman, Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Jember, Dr. R. Alamsyah Sutantio, S.E.,M.Si (Dosen Pendamping) dan Bapak Yaldi (Pembimbing Lapang). Magang merupakan kegiatan wajib yang tercantum dalam kurikulum pendidikan Politeknik Negeri Jember. Kegiatan magang dilaksanakan pada semester 7 dengan total durasi pelaksanaan selama 977 jam kerja. Pelaksanaan magang pada tanggal 14 Juli 2025 hingga 15 Desember 2025 di PT Benih Citra Asia, Kabupaten Jember, Jawa Timur.

PT Benih Citra Asia merupakan perusahaan nasional yang bergerak di bidang pemuliaan, produksi, dan pemasaran benih tanaman pangan dan hortikultura. Perusahaan ini memiliki peran penting dalam mendukung kemandirian perbenihan nasional melalui pengembangan varietas unggul hasil inovasi anak bangsa. Seiring dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya penggunaan media sosial, PT Benih Citra Asia memanfaatkan pemasaran digital berbasis konten media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan konsumen, khususnya petani sebagai target pasar utama.

Selama pelaksanaan magang, penulis terlibat langsung dalam perencanaan, produksi, dan publikasi konten media sosial perusahaan. Kegiatan difokuskan pada pembuatan konten video dan visual produk yang disesuaikan dengan karakteristik audiens, dengan penulis berperan sebagai *talent* utama dalam penyampaian informasi produk melalui media sosial PT Benih Citra Asia. Keterlibatan talent secara langsung mampu meningkatkan daya tarik konten, memperkuat komunikasi merek, serta membangun kepercayaan audiens. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital berbasis konten media sosial memberikan kontribusi positif terhadap citra dan kepercayaan merek, karena konten yang disajikan secara visual, komunikatif, dan autentik berfungsi sebagai sarana promosi sekaligus media komunikasi yang efektif.