

ABSTRAK

Novitary Larissa (04120100011)

KEGIATAN KAMPANYE BIG BABOL INDONESIA MELALUI TWITTER OLEH MCCANN DIGITAL

(xv + 82 halaman : 18 gambar, 2 tabel; 9 lampiran)

Kata kunci : *digital*, kampanye, *Twitter*

Perkembangan teknologi di zaman sekarang sangatlah pesat, di mana semua orang telah menggunakan Internet dalam keseharian mereka. Angka penggunaan Internet meningkat pesat di setiap tahunnya. *Marketer* melihat hal ini sebagai peluang yang sangat besar untuk melakukan pemasaran yang sangat pesat. Proses pemasaran yang menggunakan Internet ini juga disebut sebagai *digital marketing*, di mana jenis pemasaran ini menggunakan Internet seperti *website* dan *social media* seperti *Twitter* dan *Facebook* sebagai media pemasarannya. Banyak perusahaan yang menggunakan jenis pemasaran ini karena proses interaktif yang dapat langsung mendapatkan respon dari konsumen sehingga terbangun hubungan yang baik antara perusahaan dengan konsumen.

Tujuan dari kegiatan magang ini adalah mempelajari dan memahami lebih dalam lagi mengenai *digital marketing* dengan melakukan kampanye. Dalam pelaksanaan kegiatan magang selama empat bulan di *McCann Digital* penulis ditempatkan pada divisi *operation* dan berkesempatan untuk menangani *digital campaign* dari Big Babol di mana *short term objective* dari kampanye tersebut adalah meningkatkan jumlah *fans* dan *followers* dari akun – akun *social media* Big Babol.

Kesimpulan yang penulis adalah kampanye Big Babol Indonesia berjalan dengan baik dan *short term objectives* sudah tercapai sesuai dengan keinginan. Saran dari penulis untuk tetap menjaga konten dari setiap *digital activation* dari Big Babol.

Referensi : 25 (2002 - 2012), 2 sumber lain

ABSTRACT

Novitary Larissa (04120100011)

BIG BABOL INDONESIA CAMPAIGN ACTIVITY THROUGH TWITTER BY MCCANN DIGITAL

(xv + 82 pages : 18 images, 2 tables; 9 appendixes)

Key words: digital, campaign, Twitter

Technology development nowadays grows really fast, where people use the Internet in their daily activities. The number of Internet user increase every year. Marketers see this as a big opportunity to do marketing. Digital Marketing is a marketing process that uses the Internet such as websites and social media like Twitter and Facebook as a media. Many companies use this type of marketing because this interactive process allows the company to get direct responses from the customers, therefore can build a relationship between company and its customers.

The objective of this internship is to learn and to understand more about digital marketing by doing the digital campaign. In this internship that last for four months at McCann Digital, the author was placed in operation division and have an opportunity to handle digital campaign from Big Babol where its objective is to increase the number of fans and followers.

In conclusion, Big Babol Indonesia digital campaign activity went well and the short-term objectives from this digital campaign is achieved. The author suggests this company to develop more about their contents for digital activation of Big Babol.

References: 25 (2002- 2012), 2 other sources