

ABSTRAK

Jane Levina (01041180020)

AKTIVITAS *DIGITAL MARKETING* DALAM MEMASARKAN *BRAND* LOKAL THE GOODS DEPT

(xiii + 101 halaman: 32 gambar; 14 lampiran)

Kata kunci: *Digital Marketing*, Promosi, *Key Opinion Leader*

Manusia sebagai makhluk sosial pastinya membutuhkan sandang, pangan dan papan. The Goods Dept sebagai salah satu toko yang dapat menyediakan dan memenuhi kebutuhan manusia tidak ingin kalah dalam bisnisnya. Untuk lebih dikenal dan dipilih oleh masyarakat, The Goods Dept membutuhkan promosi dalam memasarkan *brand* lokalnya agar dapat lebih dikenal oleh pelanggan dan dapat bersaing dengan kompetitor. Dalam pemasarannya, The Goods Dept menggunakan *digital marketing* yang merupakan divisi pemegang yang tujuannya adalah memasarkan *brand* lokalnya. Kegiatan magang ini dilakukan selama 4 bulan yang bertempat di PT. Cipta Retail Prakarsa. Pemegang fokus membahas mengenai aktivitas *digital marketing* dalam memasarkan *brand* lokal The Goods Dept yaitu seperti penggunaan metode *digital marketing*.

Adapun aktivitas *digital marketing* dalam memasarkan produknya yaitu dengan menggunakan *website* The Goods Dept, *Social Media Marketing* yaitu Instagram, *Search Engine Marketing* yang digunakan oleh beberapa merek tertentu, *Email Marketing*, dan iklan *online*. The Goods Dept menggunakan semua jenis *digital marketing* tersebut dalam kegiatan promosinya termasuk dalam menggunakan *Key Opinion Leader* pada sosial medianya. Sehingga membuat kegiatan promosi nya dapat berlangsung secara maksimal.

Referensi : 35 (2011-2020)

ABSTRACT

Jane Levina (01041180020)

DIGITAL MARKETING ACTIVITIES IN MARKETING THE GOODS DEPT LOCAL BRAND

(xiii + 101 pages: 32 images; 14 attachments)

Keywords: Digital Marketing, Promotion, *Key Opinion Leader*

Humans as social beings certainly need clothing, food and shelter. The Goods Dept as a store that can provide and fulfill human needs does not want to lose in its business. To be better known and chosen by the public, The Goods Dept needs promotion in marketing its local brand so that it can be better known by customers and can compete with competitors. In marketing, The Goods Dept uses digital marketing which is an apprentice division whose goal is to market its local brands. This internship activity was carried out for 4 months at PT. Cipta Retail Prakarsa. The intern focuses on discussing digital marketing activities in marketing the local brand of The Goods Dept, such as the use of digital marketing methods.

The digital marketing activities in marketing their products are by using The Goods Dept website, Social Media Marketing, namely Instagram, Search Engine Marketing used by certain brands, Email Marketing, and online advertising. The Goods Dept. uses all types of digital marketing in its promotional activities, including using Key Opinion Leaders on its social media. So as to make promotional activities can take place optimally.

Reference : 35 (2011-2020)

