

ABSTRAK

Hansen Wijaya (01041180009)

KEGIATAN *DIGITAL MARKETING* YANG DILAKUKAN PT MUSTIKA LAND

(x + 80 halaman: 36 gambar; 11 lampiran)

Kata kunci: Pemasaran Digital, *Integrated Marketing*

Aktivitas secara daring sudah berkembang secara pesat selama beberapa tahun ini, ditambah adanya pandemi Covid-19 yang memaksa orang untuk melakukan aktivitasnya di rumah mengubah bagaimana cara orang mendapatkan informasi, hiburan, bahkan cara orang berbelanja. Oleh karena itu PT Mustika Land tidak bisa mengandalkan promosi secara konvensional saja. PT Mustika Land ingin memaksimalkan promosi yang dilakukan secara daring untuk mendapatkan pelanggan. Kegiatan magang dilakukan selama 4 bulan di PT Mustika Land sebagai bagian dari tim Digital Marketing. Pemegang fokus untuk mengetahui kegiatan pemasaran digital apa saja yang dilakukan PT Mustika Land.

Secara keseluruhan PT Mustika Land memiliki 5 *owned media*, yang dioptimasikannya, termasuk Instagram dengan nama @mustikalandoofficial, facebook dengan nama Mustika Land, Tiktok dengan nama @mustikaland, Youtube dengan nama Mustika Land, dan situs web dengan alamat www.mustikaland.co.id. Tetapi untuk *paid media* PT Mustika Land sangat mengandalkan Facebook Ads. Tipe konten promosi yang dibuat oleh PT Mustika Land juga banyak bertujuan untuk mendapatkan konversi. Oleh karena itu, pemegang menyarankan PT Mustika Land untuk memperbanyak konten promosi yang bertujuan untuk *branding* agar nama Mustika Land dapat lebih diingat banyak orang, dan juga memperluas *channel* promosinya lebih dari hanya mengandalkan Facebook Ads.

Referensi: 42 (1948-2021)

ABSTRACT

Hansen Wijaya (01041180009)

DIGITAL MARKETING ACTIVITIES PERFORMED BY PT MUSTIKA LAND

(x + 80 pages: 36 images; 11 attachments)

Keywords: Digital Marketing, Integrated Marketing

Online activities have grown rapidly over the past few years, in addition, the Covid-19 pandemic has forced people to conduct their daily activities at home, and has changed the way people get information, entertainment, and even the way people shop. Therefore, PT Mustika Land cannot rely on conventional promotion alone. PT Mustika Land wants to maximize online promotions to get customers. The internship was conducted for 4 months at PT Mustika Land.

Overall, PT Mustika Land has 5 owned media, including Instagram with the name @mustikalandofficial, Facebook with the name Mustika Land, Tiktok with the name @mustikaland, Youtube with the name Mustika Land, and a website with the address www.mustikaland.co.id. But for paid media PT Mustika Land rely heavily on Facebook Ads. The type of promotional content carried out by PT Mustika Land also aims to get conversions. Therefore, the intern suggested PT Mustika Land to have more promotional content aimed at branding so that the name Mustika Land can be remembered by more people and expand its promotional channels more than relying on Facebook Ads.

Reference: 42 (1948-2021)