

Ringkasan Eksekutif

Digital Marketing merupakan suatu teknik dalam dunia pemasaran yang banyak digunakan. Hal ini dikarenakan di era *digital* ini segala sesuatu sudah dilakukan dengan menggunakan teknologi *digital*. Dengan banyaknya digunakan *digital marketing*, mulai bermunculan *marketing agency* yang berfokus kepada *digital marketing* yang salah satunya adalah Advika Media Kreasi. Penulis melakukan identifikasi masalah terhadap perusahaan ini yang kemudian didapat masalahnya adalah kurangnya *awareness* di kalangan target pasarnya, kemudian dengan menggunakan *fishbone* diagram dan diagram antar relasi didapatkan akar permasalahan dari Advika yaitu tidak memiliki kegiatan aktivasi *internet marketing*. Oleh karena itu, maka penulis akan menggunakan konsep *digital marketing* untuk meningkatkan *awareness* dari Advika. Solusi yang akan diimplementasikan adalah dengan menggunakan *social media* dan *website* untuk meningkatkan *awareness* Advika di kalangan target pasarnya. Untuk *social media*, penulis menggunakan Facebook, Instagram, dan Youtube yang akan dilakukan implementasinya. Penulis menargetkan dapat meningkatkan *awareness* Advika dengan bertambahnya *followers* dari setiap *social media* yang akan dilakukan aktivasinya. Pada tahap ini, implementasi belum selesai dilakukan dan masih dalam tahap pelaksanaan sebelum melakukan evaluasi untuk mendapatkan hasilnya. Oleh karena itu, penulis juga memberikan rencana untuk evaluasi dari hasil implementasi ini. Untuk lebih meningkatkan *awareness* maka penulis memberikan saran kepada Advika untuk menggunakan *Search Engine Optimization* dan *Email Marketing* untuk pengembangan selanjutnya.

Executive Summary

Digital Marketing is a technique in the marketing world that is currently being talked about and used. This is because in this digital era everything has been done using digital technology. With the use of digital marketing, marketing agencies began to emerge that focused on digital marketing, one of which was Advika Media Creation. Advika is a marketing agency company that focuses on implementing digital marketing. The author identifies the problem to this company by conducting interviews which then obtained the problem is the lack of awareness among the target market, then by using fishbone diagrams and diagrams between relations, the root causes of Advika are not having internet marketing activation activities. Therefore, the author will use the digital marketing concept to increase awareness of Advika. Then the solution that will be implemented is to use social media and websites to increase Advika awareness among its target market. For social media, the author uses Facebook, Instagram, and Youtube to be implemented. The author targets to increase Advika awareness by increasing followers of each social media that will be activated. At this stage, implementation has not been completed and is still in the implementation phase before evaluating to get the results. Therefore, the author also provides a plan for evaluation of the results of this implementation. To further increase awareness and change it, the authors advise Advika to use Search Engine Optimization and Email Marketing for further development.