

ABSTRAK

Eliana Ratmawati (2022021080)

IMPLEMENTASI AKTIVITAS MANAJEMEN PEMASARAN PADA BRAND GINELA PADA PT DIGI HERBA NUSANTARA

Laporan ini membahas implementasi aktivitas manajemen pemasaran *digital* yang dijalankan pada brand Ginela, produk perawatan menstruasi berbasis jamu dari PT Digi Herba Nusantara. Dalam era *digital* yang kompetitif, perusahaan dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran yang adaptif, salah satunya melalui *Social Media Optimization* (SMO). Praktikan yang ditempatkan pada Divisi *Brand* berperan aktif dalam merancang strategi konten media sosial, menyusun kalender konten, membuat caption dan visual, serta mengevaluasi performa konten menggunakan tools seperti Meta Business Suite dan TikTok Analytics.

Kegiatan kerja profesi ini juga mencakup pelaksanaan kampanye digital, kolaborasi dengan influencer, pengelolaan live streaming edukatif, serta pembuatan konsep gamifikasi untuk memperkuat interaksi audiens. Praktikan turut melakukan analisis perilaku audiens guna menyesuaikan gaya komunikasi brand yang relevan dengan karakter Gen Z dan milenial. Hasil dari implementasi aktivitas ini menunjukkan peningkatan signifikan terhadap keterlibatan audiens dan pertumbuhan *brand awareness* Ginela di media sosial.

Melalui kegiatan ini, praktikan memperoleh pengalaman langsung dalam penerapan konsep pemasaran digital, pengelolaan brand secara strategis, serta penguatan keterampilan teknis dan *soft skill* dalam dunia kerja profesional.

Kata Kunci: *Engagement, Brand Awareness, Manajemen Pemasaran, Social Media Optimization, Strategi Digital, PT Digi Herba Nusantara*