

RINGKASAN

STRATEGI DASAR PEMILIHAN KATA KUNCI DALAM KAMPANYE GOOGLE ADS PADA WEBSITE APLIKASI KLINIK, Nila Amalia, NIM E41200368, Tahun 2023, Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Jember, Mukhamad Angga Gumilang, S.pd., M.Eng (Dosen Pembimbing) dan Achmad Arif Setyoko (Kepala/ Manager) dan Dlukha Aulia (Pembimbing Lapangan).

CV. Panca Prima yang berlokasi di Surabaya, merupakan penyedia jasa pembuatan website dan solusi informatika dengan fokus pada teknologi informasi. Selama empat bulan melaksanakan magang di divisi Digital Marketing, penulis terlibat aktif dalam perencanaan dan strategi pengelolaan media sosial, khususnya dalam konteks promosi aplikasi klinik melalui *platform Google Ads*.

Aplikasi klinik merupakan salah satu aplikasi yang dikembangkan oleh CV. Panca Prima dan sebagai fokus utama promosi melalui *Google Ads*, dijelaskan sebagai perangkat lunak yang menyederhanakan manajemen dan operasional klinik. Penulis aktif terlibat dalam pemantauan kinerja kata kunci, penyesuaian strategi berdasarkan data analitik, dan optimalisasi pengeluaran untuk mencapai tujuan kampanye. *Google Ads*, sebagai *platform periklanan online*, menjadi alat utama dalam menjalankan kampanye pemasaran dengan sistem *pay-per-click* (PPC).

Selama magang penulis memanfaatkan *Google Ads Keyword Planner* untuk analisis kata kunci, pengunduhan dan penetapan kata kunci dari hasil analisis, serta evaluasi kata kunci kompetitor. Magang di divisi Digital Marketing CV. Panca Prima menghadirkan pengalaman praktis dalam pengelolaan kampanye *Google Ads* yang terintegrasi dengan pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran, khususnya melalui analisis kata kunci, untuk meningkatkan efisiensi dan hasil positif kampanye.