

RINGKASAN

Perancangan dan Penerapan *Marketing Strategy* Berbasis Konten Video di Media Sosial dalam Kampanye Produk pada PT. Wowin Purnomo Putera, Danu Prasetya, NIM D43221677, Tahun 2025, 74 Halaman, Manajemen Pemasaran internasional, Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Jember, Dr. Ardhitya Alam Wiguna, S.E., M.M. (Dosen Pembimbing).

Politeknik Negeri Jember merupakan perguruan tinggi vokasi di Jawa Timur yang mewajibkan mahasiswanya mengikuti program magang sebagai syarat kelulusan. Program magang mahasiswa merupakan kunci dan jembatan bagi mahasiswa dalam melaksanakan secara langsung didunia kerja. Magang merupakan pembelajaran dan mempraktekan ilmu kerja secara langsung bagi mahasiswa ke perusahaan dalam meningkatkan pengalaman dan pengetahuan pada dunia kerja yang sesungguhnya.

PT. Wowin Purnomo Putera, yang didirikan pada 1988 di Trenggalek, merupakan perusahaan industri produk kecap manis, saus, dan cuka dengan beragam varian kemasan. Di bawah naungannya, perusahaan ini juga mengelola beberapa unit usaha jasa. Menghadapi era digital, perusahaan telah bertransformasi dengan mengadopsi pemasaran online melalui *platform* media sosial seperti YouTube, TikTok, dan Instagram serta *marketplace*. Strategi ini mencakup promosi, pembuatan konten video, dan kampanye digital untuk menjangkau konsumen dari berbagai kalangan usia dan meningkatkan daya tarik produknya.

Hal inilah yang mendorong dilakukannya analisis mendalam selama magang mengenai perancangan dan penerapan strategi pemasaran digital PT. Wowin, khususnya yang berbasis konten kreatif di media sosial. Tantangan utamanya adalah merancang konten yang tidak hanya menarik dan inovatif, tetapi juga relevan dengan tren terkini, agar dapat efektif memengaruhi minat beli calon konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan tetap. Analisis ini bertujuan untuk mengevaluasi dan mengoptimalkan upaya kampanye produk melalui konten video yang kreatif, sehingga perusahaan dapat bersaing di pasar digital yang terus berkembang pesat.