



RINGKASAN

TRISHA IZZATY. Strategi Pemasaran Media Sosial *Dynamite Plan* PT. Mekar Baru Properti Indonesia. *PT. Mekar Baru Properti Indonesia's Dynamite Plan Social Media Marketing Strategy*. dibimbing oleh MULYONO.

Perusahaan bisnis properti saat ini terus memberikan penawaran dan pembangunan *cluster* dengan kualitas yang terbaik. Pada setiap perusahaan bisnis properti pasti memiliki divisi *marketing* yang sangat berperan dalam proses strategi pemasaran produk dan dengan adanya kehadiran media sosial sangat memudahkan menjangkau *customer* karena zaman sekarang hampir semua lapisan masyarakat telah mengenal media sosial dan semua informasi yang didapat kebanyakan dari media sosial. Divisi *marketing* bertugas untuk melakukan pemasaran dengan cara menyebarkan informasi tentang produk yang dimiliki. Banyaknya jenis pemasaran seperti pemasaran konvensional, pemasaran digital dan pemasaran melalui *paid advertisement* dapat dilakukan untuk penyebaran informasi.

Tujuan Laporan Akhir ini adalah menjelaskan strategi pemasaran media sosial *Dynamite Plan* oleh PT. Mekar Baru Properti Indonesia, dan hambatan dan solusi dalam strategi media sosial *Dynamite Plan* PT. Mekar Baru Properti Indonesia. Lokasi pengumpulan materi untuk penulisan Laporan Akhir ini dilakukan di PT. Mekar Baru Properti Indonesia yang berlokasi di Jalan Cirendeu Raya No. 107 RT.005 RW.005 Kelurahan Pisangan, Kecamatan Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten. Waktu pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Lapangan dilakukan selama 40 hari kerja dalam periode 2 Februari sampai 3 April 2022. Data yang digunakan dalam penulisan Laporan Akhir ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah partisipasi aktif, observasi, wawancara, dan studi pustaka.

Pada strategi pemasaran media sosial *Dynamite Plan* beberapa tahapan yaitu pembuatan ternak akun Facebook yang meliputi pembuatan akun, menentukan *niche*, memposting status, memposting Facebook Marketplace, membuat *Fanpage* dan memposting konten *Fanpage*. Ternak Akun Instagram yang meliputi pembuatan akun dan memposting konten. Ternak Akun Email yang meliputi pembuatan akun, *subscribe* akun utama perusahaan dan *mereview* dan memberi *rating* pada Google Maps. Pembuatan konten *evergreen* yang meliputi pembuatan artikel, *Feeds*, dan Video. Ternak akun bertujuan untuk mengoptimalkan *Search Engine Optimization* pada mesin pencarian seperti Google agar konten yang sudah dibuat dapat muncul pada mesin pencarian di halaman pertama. Strategi pemasaran media sosial *Dynamite Plan* ini tidak selamanya berjalan lancar karena adanya hambatan secara teknis. Namun hal tersebut memiliki solusi agar tidak terulang di proses strategi marketing selanjutnya dengan cara mengambil dan mempelajari hambatan yang sudah terjadi.

Kata Kunci : Bisnis Properti, Pemasaran Media Sosial, Strategi Pemasaran