PROMOSI DIGITAL PRODUK HERBAL PT EIGEN NATUR INDO MELALUI *PLATFORM* MEDIA SOSIAL

Nama Lengkap Mahasiswa: Roby Fathurahman
NPM: 0919103032

ABSTRAK

Dalam era digital yang semakin berkembang, perusahan-perusahaan di berbagai bidang menerapkan strategi pemasaran yang lebih berorientasi pada media sosial untuk meningkatkan jangkauan dan kesadaran terhadap merek dagang yang dimiliki. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas kampanye promosi digital yang dilakukan oleh PT Eigen Natur Indo, perusahaan yang fokus terhadap produk-produk herbal melalui platform media sosial Instagram. Metode Penelitian yang digunakan meliputi analisis data dari interaksi pengguna dan analisis konten yang sedang ramai ditonton di *platform* tersebut. Hasil penelitian menunjukan bahwa platform media sosial Instagram secara efektif telah meningkatkan interaksi konsumen, meningkatkan kesadaran merek, dan mendorong peningkatan penjualan produk herbal. Faktor-faktor seperti penggunaan konten visual yang menarik, kampanye kontes, dan kerjasama dengan influencer telah terbukti berhasil dalam meningkatkan keterlibatan pengguna. Namun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan, termasuk pengelolaan citra merek yang konsisten dan bersaing dengan berbagai konten promosi serupa di platform tersebut. Temuan ini memberikan wawasan yang berharga bagi perusahaan dalam mengoptimalkan strategi promosi digital mereka untuk mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan konversi penjualan.

Kata Kunci: “Media sosial” “Efektivitas kampanye promosi” “Kesadaran merek”

PROMOSI DIGITAL PRODUK HERBAL PT EIGEN NATUR INDO MELALUI *PLATFORM* MEDIA SOSIAL

Nama Lengkap Mahasiswa: Roby Fathurahman
NPM: 0919103032

ABSTRACT

In the rapidly evolving digital era, companies across various fields are adopting more social media-oriented marketing strategies to enhance the reach and awareness of their trademarks. This research aims to evaluate the effectiveness of digital promotional campaigns conducted by PT Eigen Natur Indo, a company focused on herbal products, through the social media platform Instagram. The research methods used include data analysis of user interactions and content analysis that is trending on the platform. The results show that the Instagram social media platform has effectively increased consumer interactions, enhanced brand awareness, and boosted sales of herbal products. Factors such as the use of engaging visual content, contest campaigns, and collaborations with influencers have proven successful in increasing user engagement. However, the research also identified several challenges, including maintaining consistent brand image management and competing with various similar promotional content on the platform. These findings provide valuable insights for companies in optimizing their digital promotion strategies to reach a wider audience and increase sales conversions.

Keywords: "Social media" "Effectiveness of promotional campaigns" "Brand awareness"