

# ***PROJECT PEMASARAN DIGITAL, PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL FACEBOOK DAN INSTAGRAM***

## **ABSTRAK**

Proyek ini berfokus pada penerapan strategi pemasaran *digital* melalui *platform* media sosial Facebook dan Instagram untuk Program Studi Manajemen Pemasaran di Universitas Dhyana Pura. Mengingat pesatnya perkembangan teknologi *digital* dan meningkatnya penggunaan media sosial, proyek ini bertujuan untuk meningkatkan publisitas dan *brand awareness* program studi di antara target *audiens* yang relevan. Melalui pendekatan berbasis konten kreatif, proyek ini melibatkan perencanaan, produksi, dan pendistribusian konten yang disesuaikan dengan karakteristik dan preferensi pengguna media sosial. Proyek ini juga mencakup analisis kinerja iklan dan keterlibatan pengguna untuk mengukur efektivitas kampanye. Hasil proyek ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran efektif dalam menjangkau target *audiens* dan meningkatkan keterlibatan *audiens*. Temuan ini mendukung pentingnya strategi pemasaran *digital* yang terstruktur dalam mempromosikan program akademik kepada *audiens* yang lebih luas, khususnya dalam konteks pendidikan tinggi.

*Kata kunci:* Keterlibatan Penonton, Pemasaran Digital, Facebook, Instagram, Strategi Pemasaran

***DIGITAL MARKETING PROJECT, MARKETING MANAGEMENT STUDY  
PROGRAM: MARKETING THROUGH SOCIAL MEDIA FACEBOOK AND  
INSTAGRAM***

***ABSTRACT***

*This project focuses on implementing digital marketing strategies through social media platforms Facebook and Instagram for the Marketing Management Study Program at Dhyana Pura University. Given the rapid development of digital technology and the growing use of social media, this project aims to enhance the publicity and brand awareness of the study program among relevant target audiences. Through a creative content-based approach, the project involves planning, production, and distributing content tailored to the characteristics and preferences of social media users. This project also includes analyzing the performance of advertisements and user engagement to measure the effectiveness of the campaigns. The results of this project indicate that using social media as a marketing tool is effective in reaching target audiences and increasing audience engagement. These findings supporting the importance of a structured digital marketing strategy in promoting academic programs to a broader audience, particularly within the context of higher education.*

*Keywords : Audience Engagement, Digital Marketing, Facebook, Instagram, Marketing Strategy.*