

The Impact Of Creative Content And Augmented Reality Technology
(Strategi Pemasaran Properti PT. Dabelyuland Indonesia)

ABSTRAK

Oleh :
Fikri Fandi Ariri
1861222

Dosen Pembimbing
Chusnul Rofiah, SE.,MM

PT. Dabelyuland Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang properti termasuk pada pengembangan suatu kawasan mulai dari mendesain, membangun, dan menjualnya. Sebagian besar penjualan adalah melalui platform media sosial. Gencarnya aktivitas PT. Dabelyuland Indonesia di media sosial merupakan strategi pemasaran yang telah direncanakan dengan matang. Merancang strategi pemasaran merupakan langkah paling penting sehingga membutuhkan persiapan penuh pertimbangan agar strategi yang diterapkan tepat dan efektif.

Metode penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengkaji serta menganalisis data secara objektif berdasarkan fakta yang ditemukan yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau paparan tentang bagaimana strategi pemasaran pada PT. Dabelyuland Indonesia sehingga memudahkan mencapai tujuan akhir perusahaan yaitu pembelian.

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Dabelyuland Indonesia tepat mulai dari penyiapan produk, menentukan harga, mengidentifikasi *target market*, pemilihan media promosi, hingga bagaimana perusahaan memanfaatkan pemasaran media sosial melalui konten kreatif dan teknologi *augmented reality* sebagai media membangun hubungan dengan target market, media portofolio perusahaan, dan media untuk meyakinkan calon customer.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pemasaran Media Sosial, Konten Kreatif, Dan Teknologi *Augmented Reality*

The Impact Of Creative Content And Augmented Reality Technology
(Strategi Pemasaran Properti PT. Dabelyuland Indonesia)

ABSTRACT

By :
Fikri Fandi Ariri
1861222

Supervisor
Chusnul Rofiah, SE.,MM

PT. Dabelyuland Indonesia is a company engaged in property, including the development of an area ranging from designing, building and selling it. Most sales are through social media platforms. The incessant activity of PT. Dabelyuland Indonesia on social media is a marketing strategy that has been carefully planned. Designing a marketing strategy is the most important step so that it requires full preparation so that the strategies are applied precisely and effectively.

This research method is a qualitative with a phenomenological approach. In this study, researchers want to study and analyze data objectively based on the facts found that aims to provide an overview or exposure to how marketing strategies at PT. Dabelyuland Indonesia making it easier to achieve the company's final goal of purchase.

Based on the results of the analysis it can be concluded that the marketing strategy carried out by PT. Dabelyuland Indonesia rather ranging from product preparation, determining prices, identifying target markets, selecting promotional media, to how companies use social media marketing through creative content and augmented reality technology as a media to build relationships with target markets, company portfolio media, and media to convince candidates Customer.

Keywords: Marketing Strategy, Social Media Marketing, Creative Content, And Augmented Reality Technology