

IMPLEMENTASI *CONTENT PLAN* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA PT JAYA BETON.

Louis Pracia M
Marketing

Dudi Anandya
Indarini

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi *content plan* sebagai bagian dari strategi *digital marketing* guna meningkatkan *brand awareness* pada PT Jaya Beton, Gresik. Perusahaan ini sebelumnya hanya mengandalkan pemasaran konvensional dan *website* yang kurang aktif, sehingga visibilitas merek masih rendah. Melalui magang lapangan dan keterlibatan langsung di divisi *marketing*, penulis merancang dan menerapkan *content plan* berbasis media sosial, khususnya Instagram, untuk meningkatkan keterlibatan konsumen dan memperkuat citra perusahaan. Strategi dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu perencanaan konten, diskusi tim, pembuatan konten visual (gambar dan video), penjadwalan unggahan, serta evaluasi performa secara berkala. Hasil yang diperoleh menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam jumlah pengikut, interaksi pengguna, serta persepsi publik terhadap PT Jaya Beton. Selain itu, penggunaan media sosial terbukti efektif dalam menyampaikan informasi perusahaan secara visual dan menarik. Implementasi *content plan* berbasis media sosial, blog, dan podcast berhasil meningkatkan *brand awareness* PT Jaya Beton dengan signifikan, ditunjukkan oleh peningkatan jangkauan, interaksi, dan pertumbuhan pengikut. Evaluasi yang berbasis data mengungkapkan efektivitas strategi ini dalam membangun kedekatan dengan audiens dan meningkatkan visibilitas perusahaan di era digital. Dengan pendekatan yang sistematis dan berbasis data, strategi *content plan* mampu membantu perusahaan membangun kedekatan dengan audiens serta meningkatkan daya saing di era *digital*. Penelitian ini memberikan rekomendasi agar perusahaan terus mengembangkan strategi konten secara konsisten dan kreatif untuk mencapai tujuan pemasaran yang lebih optimal.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Brand Awareness, Media Sosial, PT Jaya Beton, Strategi Pemasaran*

IMPLEMENTASI *CONTENT PLAN* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA PT JAYA BETON.

Louis Pracia M
Marketing

Dudi Anandya
Indarini

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of a content plan as part of a digital marketing strategy to increase brand awareness at PT Jaya Beton, Gresik. Previously, the company relied solely on conventional marketing and an underutilized website, resulting in low brand visibility. Through field internships and direct involvement in the marketing division, the researcher designed and executed a content plan based on social media, particularly Instagram, to enhance consumer engagement and strengthen the company's brand image. The strategy involved several stages: content planning, team discussions, creation of visual content (images and videos), content scheduling, and regular performance evaluations. The results showed a significant increase in followers, user interactions, and public perception of PT Jaya Beton. Additionally, social media proved effective in delivering corporate information in a visual and appealing format. The implementation of a content plan based on social media, blogs, and podcasts significantly increased PT Jaya Beton's brand awareness, demonstrated by increased reach, engagement, and follower growth. Data-driven evaluations revealed the strategy's effectiveness in building engagement with the audience and increasing the company's visibility in the digital age. With a systematic and data-driven approach, the content plan strategy helped the company build stronger relationships with its audience and improve competitiveness in the digital era. This study provides recommendations for the company to continuously develop consistent and creative content strategies to achieve more optimal marketing goals.

Keywords: : Digital Marketing, Brand Awareness, Social Media, PT Jaya Beton, Marketing Strategy