

ABSTRAK

RIAN SAHPUTRA KUDADIRI. Analisis Pemasaran Digital Produk Kerajinan Tangan Dari Pohon Aren Di Desa 1 Sitinjo Kabupaten Dairi. Skripsi. Medan: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Medan, 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemasaran digital di Desa Sitinjo Kabupaten Dairi. Penelitian ini menggabungkan metode deskriptif kualitatif. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 4 orang yang terdiri dari Kepala Desa Sitinjo 1 selaku penanggung jawab kegiatan pemasaran digital dan 3 orang masyarakat yang melaksanakan kegiatan pemasaran digital tersebut. Pengumpulan data dalam penelitian ini berupa wawancara dan observasi. Teknik analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dilakukan dengan menggunakan triangulasi sumber, triangulasi metode dan triangulasi teori. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya masyarakat Desa Sitinjo menerapkan 4 pemasaran digital yaitu *Search Engine Marketing* menggunakan media iklan dan mesin pencari yang bebas sehingga membuat pekerja lebih mudah dalam bekerja, *Email Marketing* bertugas menjadi pengirim pesan dengan waktu yang tepat membuat pelanggan menjadi lebih loyal akan suatu produk yang ditawarkan, *Social Media* menciptakan platform terbuka sehingga menciptakan hubungan interaksi seluruh manusia serta pemasaran yang paling populer sehingga pekerja menjadi lebih mudah, dan *Viral Marketing* yang bersifat memadukan, melibatkan, menyebarkan dan memastikan semua elemen berjalan dengan baik.

Kata Kunci : Pemasaran Digital, Jenis Pemasaran Digital

ABSTRACT

RIAN SAHPUTRA KUDADIRI. Digital Marketing Analysis of Handicraft Products from Sugar Palm Trees in Sitinjo 1 Village, Dairi Regency. Skripsi. Medan: Faculty of Education, Universitas Negeri Medan, 2024.

This research aims to analyze digital marketing in Sitinjo Village, Dairi Regency. This research uses a qualitative descriptive method. The subjects in this research were 4 people consisting of the Head of Sitinjo Village 1 who was in charge of digital marketing activities and 3 people from the community who carried out these digital marketing activities. Data collection in this research took the form of interviews and observations. Data analysis techniques are carried out by reducing data, presenting data and drawing conclusions. Data validity was carried out using source triangulation, method triangulation and theory triangulation. The results of the research show that the people of Sitinjo Village implement 4 digital marketing, namely Search Engine Marketing using free advertising media and search engines so that it makes it easier for workers to work, Email Marketing is tasked with sending messages at the right time, making customers more loyal to a product. offered, Social Media creates an open platform so that it creates interaction between all humans and the most popular marketing so that it becomes easier for workers, and Viral Marketing which combines, involves, spreads and ensures that all elements run well.

Keywords: Digital Marketing, Types of Digital Marketing