

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang berkembang sangat pesat berpengaruh bagi masyarakat, perubahan pola hidup dan transaksi masyarakat yang semula secara konvensional (*offline*) menjadi *digital (online)*. Dalam mendukung berbagai kegiatan bisnis baik besar maupun kecil agar dapat dikenal secara global. Perubahan pola pemasaran ke *digital marketing* ini sangat memberikan manfaat kemudahan dan kecepatan bagi pengguna dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana penerapan *digital marketing* UD. Karya Abadi. Penelitian ini menggunakan pengumpulan data primer dan sekunder. Transparansi di UD. Karya Abadi dilakukan secara terbuka dengan ketentuan perusahaan. Dialog dan komunikasi dengan bahasa yang komunikatif telah ditegaskan oleh perusahaan. Dengan jejaring relasi dapat memudahkan dalam berkembang, serta *multiopini* media sosial dalam penjualan dapat berpengaruh besar dengan adanya media sosial dan dapat menyampaikan kritik dan saran. Kekuatan promosi dapat membantu dalam meningkatkan penjualan dengan melalui media sosial serta memberikan cakupan yang luas dalam melakukan promosi. Adanya media digital dapat membuat para konsumen lebih mudah dalam mengakses, dan para calon konsumen lebih tertarik dengan produk-produk yang ditampilkan melalui media sosial Hasil penelitian Tugas Akhir ini menunjukkan bahwa penerapan *digital marketing* di UD. Karya Abadi telah sesuai.

Kata Kunci : *Digital marketing, media sosial, optimasi*