

ABSTRAK

Digital content marketing merupakan salah satu bentuk pendekatan strategi pemasaran yang difokuskan pada pembuatan dan pendistribusian konten sebagai media promosi untuk memasarkan suatu produk. *Digital content marketing* menjadi bagian dari *content marketing* yang bertujuan untuk membangkitkan gairah atau ketertarikan seseorang terhadap produk yang ditawarkan, meningkatkan *brand awareness* sekaligus membentuk persepsi positif yang bermuara pada hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Posisi *digital content marketing* yang dibagikan sebagai bentuk *content marketing* menjadi sangat krusial karena dapat dibaca dan dapat dibagikan dengan mudah melalui *platform* media sosial yang bisa diakses melalui media laptop, tablet, atau *smartphone*. Penulisan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang implementasi *digital content marketing* sebagai media promosi produk sepeda motor listrik di Uwinfly Store Madiun. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu menggambarkan permasalahan dengan apa adanya dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa implementasi *digital content marketing* di Uwinfly Store Madiun dilakukan melalui delapan langkah, yakni: menetapkan tujuan, pemetaan target pasar, penggagasan dan perencanaan konten, penciptaan konten, distribusi konten, penguatan konten, evaluasi pemasaran konten, dan perbaikan pemasaran konten.

Kata Kunci : *Digital Content Marketing, Brand Awareness, Persepsi Positif*