

DETAIL TUGAS	
Judul Tugas	<b>MEMBUAT AKTIFITAS PROMOSI</b>
Tipe Tugas	TEAM
Tahap Aktivitas	PROSES BISNIS
Departemen	MARKETING
Durasi	BERULANG
TUJUAN PEMBELAJARAN	OUTPUT
	1. Rencana Campaign Produk/Jasa 2. Rencana Konten Media Sosial 3. Digital Advertising Brief 4. Email Promosi

## Pendahuluan

Promosi merupakan salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen potensial dan mendorong terjadinya pembelian. Strategi promosi yang efektif tidak hanya menciptakan kesadaran merek (brand awareness), tetapi juga dapat meningkatkan kredibilitas dan penjualan perusahaan.

No	AKTIFITAS
1	<p><b>Membuat Perencanaan Konten untuk Media Sosial</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>VP Marketing memimpin rapat tim untuk menyusun <i>content plan</i> media sosial selama 2 minggu ke depan.</li> <li>Gunakan template kalender konten</li> <li>Setiap entri dalam kalender harus mencakup:               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Tanggal dan waktu unggah</li> <li>o Jenis konten (foto produk, testimoni, tips, behind the scene, promo)</li> <li>o Tujuan konten (edukasi, promosi, engagement)</li> <li>o Caption singkat dan CTA (<i>call to action</i>)</li> </ul> </li> <li>Diskusikan dan sesuaikan dengan waktu peluncuran produk atau <i>campaign</i> yang sedang berjalan.</li> </ol>
2	<p><b>Merancang Campaign Produk atau Promo</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Tentukan <i>campaign</i> yang akan dijalankan, misalnya: "Promo Peluncuran Produk Baru" atau "Diskon Akhir Bulan".</li> <li>Buat dokumen rencana kampanye yang mencakup:               <ul style="list-style-type: none"> <li>o Nama dan durasi kampanye</li> <li>o Tujuan kampanye (misalnya: meningkatkan <i>Brand Awareness</i>)</li> <li>o Target audiens</li> <li>o Saluran distribusi (media sosial, email, brosur digital)</li> <li>o Pesan utama yang ingin disampaikan</li> </ul> </li> </ol>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk penawaran (diskon, bundling, bonus)</li> </ul> <p>Setelah disetujui oleh VP dan CEO, kampanye siap dijadwalkan ke kalender konten.</p>
3	<p><b>Membuat Email Blast untuk Campaign dan Promo</b></p> <p>Tulis konten email yang sesuai dengan kampanye yang telah dibuat. Gunakan struktur email profesional:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Subjek yang menarik</li> <li>• Pembukaan personal</li> <li>• Penjelasan singkat tentang produk atau penawaran</li> <li>• Ajakan bertindak (<i>call to action</i>) yang jelas</li> <li>• Informasi kontak dan media sosial perusahaan</li> </ul> <p>Gunakan email resmi perusahaan.</p> <p>Kirimkan email ke daftar konsumen potensial yang telah dikumpulkan sebelumnya.</p> <p>Catat detail pengiriman dan respon konsumen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tanggal kirim</li> <li>• Status terbaca/terjawab</li> <li>• Tanggapan konsumen</li> <li>• Tindak lanjut (mengirim katalog, penawaran baru, dll)</li> </ul> <p>Setelah konten email selesai, dokumen dapat diintegrasikan ke kalender konten untuk men</p> <p>Format email dapat diunduh melalui link yang ada pada bagian Format Tugas atau melalui portal.</p>
4	<p><b>Bekerja Sama dengan Tim Desain untuk Membuat Digital Advertising</b></p> <p>Dalam pelaksanaan perencanaan konten dan membuat Digital Advertising, Tim Marketing dapat bekerjasama dengan tim desain untuk membuat desain yang unik. Agar terjalin sinergi antar departemen yang baik, tim Marketing dapat mengisi Formulir Desain yang akan diserahkan kepada tim desain setiap memerlukan material marketing seperti:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Media Cetak (Brosur, Katalog, Poster, dsb.)</li> <li>b. Konten Media Sosial</li> </ol> <p>Formulir Desain dapat diunduh melalui link yang tersedia pada bagian Format Tugas, dan juga portal VCI.</p> <p>Perlu di pastikan visual yang dibuat sudah sesuai dengan identitas merek dan pesan kampanye. Setelah materi selesai dibuat, Tim Marketing dapat langsung mengunggah link visual yang sudah tersedia ke kalender konten.</p>

5	<p><b>Evaluasi dan Tindak Lanjut</b></p> <p>Setiap minggu, Chiefs of Marketing dapat mengajak seluruh anggota tim untuk melakukan evaluasi hasil promosi. Pembahasan dapat mencakup:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Konten mana yang paling banyak mendapat respon?</li><li>• Campaign mana yang berhasil menarik calon konsumen?</li><li>• Apakah target engagement tercapai?</li></ul> <p>Buat laporan mingguan promosi untuk diserahkan ke CEO dan COO.</p>
---	---

## REFERENSI

**Kotler, P., & Keller, K. L. (2016).** Marketing Management (15th ed.)

**HubSpot Academy** – Free Email Marketing & Social Media Courses: <https://academy.hubspot.com>

**Hootsuite Blog:** Content Calendar Template & Social Media Planning Tools

**Canva Design School:** <https://www.canva.com/learn/design-school>

## FORMAT TUGAS

Konten Kalendar ( [LINK](#) )

Format Email Promosi ( [LINK](#) )