

PENERAPAN *CONTENT MARKETING* PADA *WEBSITE* CV DITA MANDIRI PERSADA MAJALENGKA

Muhammad Naufan Asyrofi

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di CV Dita Mandiri Persada. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan *content marketing* pada *website* CV Dita Mandiri Persada Majalengka. Metode yang digunakan pada pengambilan data adalah metode kuantitatif, dimana penulis melakukan penelitian menggunakan alat ukur kuesioner yang dibagikan kepada responden yang telah mengakses *website* CV Dita Mandiri Persada Majalengka. Hasil penelitian ini menunjukkan rata-rata pada variabel *content marketing* pada indikator *educates* memiliki nilai sebesar 2,68 yang termasuk dalam kategori setuju, indikator *informs* memiliki nilai sebesar 2,58 yang termasuk dalam kategori setuju, indikator *entertains* yang memiliki nilai sebesar 2,11 yang termasuk dalam kategori tidak setuju, indikator *creates trustworthiness* memiliki nilai sebesar 3,08 yang termasuk dalam kategori setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa penerapan *content marketing* pada *website* CV Dita Mandiri Persada Majalengka sudah baik dan rata-rata responden setuju, dan hanya indikator *creates trustworthiness* yang mendapatkan tanggapan tidak setuju dari responden, maka perusahaan harus lebih memaksimalkan penerapan konten yang menarik dan menghibur pada *website*, hal tersebut penting untuk kemajuan CV Dita Mandiri Persada Majalengka.

Kata Kunci: *Content Marketing, Website, CV Dita Mandiri Persada*

5/4 '23


THE IMPLEMENTATION OF CONTENT MARKETING ON WEBSITE CV DITA MANDIRI PERSADA MAJALENGKA

Muhammad Naufan Asyrofi

Abstract

This research was conducted at CV Dita Mandiri Persada. The purpose of this study was to determine the application of content marketing on the CV Dita Mandiri Persada Majalengka website. The method used in data collection is a quantitative method, in which the author conducted research using a questionnaire measuring instrument which was distributed to respondents who had accessed the CV Dita Mandiri Persada Majalengka website. The results of this study show that the average content marketing variable on the educates indicator has a value of 2.68 which is included in the agree category, the informs indicator has a value of 2.58 which is included in the agree category, the entertainment indicator has a value of 2.11 which means included in the disagree category, the creates trustworthiness indicator has a value of 3.08 which is included in the agree category. So it can be concluded that the implementation of content marketing on the CV Dita Mandiri Persada Majalengka website is good and the average respondent agrees, and only the creates trustworthiness indicator gets disagreeing responses from respondents, so the company must maximize the application of interesting and entertaining content on the website. this is important for the progress of CV Dita Mandiri Persada Majalengka.

Keywords: Content Marketing, Website, CV Dita Mandiri Persad