

Strategi Brand Positioning dan Content Marketing UMKM Tanaman Hias "Hiskia Flora" = Brand Positioning and Content Marketing Strategy of Nursery SME "Hiskia Flora"

Thabita Putri Chrysti Pitoi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920516071&lokasi=lokal>

Abstrak

Pandemi COVID-19 membawa perubahan kebiasaan masyarakat Indonesia, termasuk dalam hobi-hobi yang mereka lakukan. Hobi yang bisa dilakukan di dalam rumah menjadi pilihan untuk menghilangkan rasa penat dan mengisi waktu luang, salah satu hobi tersebut adalah memelihara tanaman hias. Saat ini pandemi sudah berangsur selesai namun tanaman hias masih memiliki peminat. Hiskia Flora hadir untuk menyediakan tanaman hias bagi para hobbyist yang ingin mempercantik lingkungan rumah dan mengisi waktu luang. Karya Akhir ini menjelaskan tentang strategi brand positioning dan content marketing media sosial Instagram yang bisa dilakukan Hiskia Flora untuk menjangkau dan menjadi mitra bagi audiensnya dalam memilih, membeli dan memelihara tanaman hias.

.....The COVID-19 pandemic brought changes to the habits in Indonesian society, including the hobbies they did. Hobbies that could be done at home were selected as a choice to relieve stress and spend their free time. One of those hobbies is taking care of decorative plants. Even though the pandemic is gradually stopping, people still want to have decorative plants to decorate their house and spend their free time. This final work explains the brand positioning and Instagram content marketing strategy that Hiskia Flora could apply to be their audience's companion on choosing, buying and maintaining their decorative plants.