



## RINGKASAN

SANYA NADZA KUSUMA. *Digital Marketing* sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran PT Wiraswasta Gemilang Indonesia. *Marketing Digital as a Marketing Communication Strategy* PT Wiraswasta Gemilang Indonesia. Dibimbing oleh WAHYU BUDI PRIATNA.

PT Wiraswasta Gemilang Indonesia adalah pabrik pelumas pertama dan terbesar di Indonesia yang bergerak dalam industri pengolahan minyak pelumas dengan merk dagang Evalube. Perusahaan ini telah menjadi pemrakarsa gerakan pemurnian energi lokal dengan orientasi pada kesadaran lingkungan akan sumber energi terbarukan dan fokus pada produksi pelumas berkualitas yang sesuai dengan standar internasional.

Laporan akhir ini memiliki tujuan untuk menjelaskan strategi pemasaran digital marketing yang diterapkan oleh divisi marketing PT Wiraswasta Gemilang Indonesia, menjelaskan metode pendukung efektivitas digital marketing serta mengetahui hambatan apa saja yang terjadi dalam menjalankan strategi pemasaran tersebut. Data dalam laporan akhir diperoleh pada saat melaksanakan Praktikum Kerja Lapangan (PKL) di kantor pusat PT Wiraswasta Gemilang Indonesia yang bertempat di lantai 5 gedung The City Tower Jalan M. H. Thamrin No 81, Kuningan, Jakarta Pusat. Waktu pengumpulan data dilaksanakan selama empat puluh hari terhitung sejak tanggal 17 Juni sampai dengan 9 Agustus 2019. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi pustaka, observasi langsung, wawancara dengan pembimbing lapangan dan staff marketing, serta berpartisipasi aktif secara langsung dengan ikut serta berperan sebagai staff marketing di PT Wiraswasta Gemilang Indonesia.

*Digital Marketing* merupakan usaha untuk mempromosikan produk/jasa dengan memanfaatkan teknologi digital seperti internet dan media digital seperti media sosial, situs web dan sebagainya. Penerapan *digital marketing* sebagai strategi komunikasi pemasaran oleh divisi marketing dirasa tepat untuk menarik perhatian dan minat calon konsumen secara luas, cepat dan tepat. Strategi pemasaran ini juga membantu meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan pendapatan penjualan, serta mengurangi biaya distribusi atau promosi. Divisi *Marketing* menerapkan ilmu komunikasi persuasif melalui konten kreatif yang dibuat dan diunggah diberbagai *digital asset* yang dimiliki PT Wiraswasta Gemilang Indonesia.

Hambatan yang dialami dalam penerapan strategi pemasaran *digital marketing* adalah hambatan internal dan eksternal. Hambatan internal adalah hambatan yang berasal dari dalam perusahaan. Sedangkan hambatan eksternal adalah hambatan yang muncul dari luar perusahaan. Hambatan tersebut dapat diatasi dengan solusi untuk menyelesaikan masalah sehingga tidak mengganggu tugas dan kinerja divisi *marketing*.

Kata kunci: *Digital marketing, marketing, PT Wiraswasta Gemilang Indonesia*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.