



RINGKASAN

NADIA AMANDA SAFA. J3A218433. 2021. Strategi Komunikasi Pemasaran Divisi Sales and Marketing di PT Digital Rantai Maya. *Marketing Communication Strategy of Sales and Marketing Division at PT Digital Rantai Maya.* Dibimbing oleh YUSALINA.

Setiap perusahaan tentunya memiliki departemen, bagian, atau divisi yang memiliki tugasnya masing-masing, misalnya, *customer service, sales, marketing, editor,* dan lainnya. Salah satu divisi adalah Divisi Sales And Marketing di perusahaan PT Digital Rantai Maya yang bergerak dalam bidang jasa teknologi, informasi, periklanan, dan pemasaran. Proses kerja divisi ini adalah menerapkan berbagai strategi komunikasi disesuaikan dengan permintaan dari *client* ataupun sesuai dengan *project* perusahaan

Tujuan dari Laporan Akhir ini adalah untuk menjelaskan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Divisi Sales And Marketing dan mengidentifikasi hambatan yang dihadapi serta solusi dalam proses kerja divisi tersebut. Laporan akhir ini disusun berdasarkan data yang diperoleh dari Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan di PT Digital Rantai Maya secara *Work From Home* (WFH), beralamat di Perumahan Taman Cimanggu, Jl. Tanjung IV, Blok O No.18, Tanah Sareal, Kota Bogor dan di SCTV tower, Kantor SCTV lantai 11, Senayan City, Jl. Asia Afrika No. LOT 19, RT.1/RW.3, Gelora, Tanah Abang, Jakarta Pusat. Waktu pengumpulan data dilakukan selama kurang dari 3 bulan terhitung mulai tanggal 1 Maret – 21 Mei 2021. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara partisipasi aktif, observasi, wawancara, dan studi pustaka.

PT Digital Rantai Maya menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang menjadi tugas Divisi Sales And Marketing (KOL Campaign Management) terdiri dari pemasaran *brand* dari *client* dan pemasaran project terbaru dari PT. Digital Rantai maya melalui *social media*. Strategi komunikasi pemasaran *brand client* terdiri dari 5 langkah, yaitu (1) mempunyai link langsung calon *client*, (2) membuat pertemuan/meeting, (3) senyum, untuk membangun citra positif perusahaan, (4) memberikan briefing kepada *influencer*, dan (5) briefing dengan *client* dan *influencer*. Selanjutnya, strategi komunikasi pemasaran untuk mempromosikan *project* terbaru PT Digital Rantai Maya yang bernama “Aku dan Mesin Waktu” dilaksanakan melalui sosial media Instagram dari artis yang terlibat dalam *project* tersebut. Pelaksanaan tugas Divisi Sales And Marketing menghadapi hambatan internal yaitu keterbatasan dana dan sumberdaya. Adapaun hambatan eksternal yang dihadapi yaitu masyarakat kurang mengenal perusahaan dan hasil karyanya. Solusi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut yaitu dengan manambah sumberdaya manusia dan dana, serta melakukan promosi yang rutin dalam berbagai *event* untuk mengenalkan nama perusahaan dan karyanya.

Kata Kunci: *influencer*, media sosial, pemasaran, strategi komunikasi