



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication & Advertising
Sarach Syandra

44312120046

Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Asuransi PT. Tokio Marine Indonesia Untuk Meningkatkan Leads Tahun 2015

Jumlah halaman : 88 halaman + 5 Lampiran

Binliografi : 26 acuan, Tahun 1999 - 2011

ABSTRAK

Kemajuan teknologi saat ini dan perubahan pola perilaku masyarakat yang semakin ketergantungan dengan internet dan smartphone , membuka peluang bagi produsen untuk memanfaatkan media digital dalam memasarkan produknya. Persaingan saat ini yang semakin ketat membuat PT. Tokio Marine Indonesia berupaya memaksimalkan dalam membuat strategi digital marketing komunikasi untuk dapat meningkatkan leads.

Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi digital marketing komunikasi pada PT. Tokio Marine Indonesia dalam meningkatkan jumlah leads yang akan berdampak pada penjualannya. Dalam tinjauan pustaka terdapat komunikasi pemasaran terdapat komunikasi pemasaran, promotion mix, digital marketing komunikasi. Teori yang digunakan dalam strategi digital marketing komunikasi, yaitu : Analisis Situasi (*Situation Analysis*), Tujuan (*Objective*), Strategi (*Strategy*), Taktik (*Tactic*), Tindakan (*Action*), Kontrol (*Control*).

Tipe penelitian yang digunakan deskriptif dengan pendekatan kualitatif. mendeskripsikan strategi digital marketing komunikasi yang diterapkan oleh PT. Tokio Marine Indonesia untuk meningkatkan leads. Paradigma penelitian yang digunakan *post-positivism*. Metode yang digunakan studi kasus. Data penelitian di dapat memalui proses wawancara mendalam dengan narasumber, melalui observasi dilapangan dan kepustakaan buku-buku, serta data perusahaan.

Hasil penelitian menyatakan bahwa digital marketing komunikasi yang digunakan oleh PT. Tokio Marine Indonesia sebagai media promosinya bisa dikatakan sangat baik. PT. Tokio Marine Indonesia memiliki tingkat keefektifitasnya yang cukup baik dalam menjalankan strategi digital marketing komunikasi nya, terlihat pada setiap bulannya di tahun 2015 terjadi peningkatan leads yang bisa berdampak pada penjualannya.