

ABSTRAK

Nama : Happy Nathalia
NIM : 44317120006
Program Studi : Marketing Communication And Advertising
Judul Laporan Skripsi : Implementasi Komunikasi Pemasaran Dalam
Meningkatkan Penjualan Produk Antivirus Trend Micro
Di PT Realta Chakradarma Periode 2021

Seiring dengan perkembangan IT yang berkembang pesat, kejahatan siber yang memanfaatkan teknologi komputer dan jaringan internet juga semakin berkembang. Kejahatan ini dapat berdampak pada keamanan dan privasi serta merugikan secara finansial dan non finansial bagi pengguna baik itu individu ataupun perusahaan atau organisasi yang menyebabkan tren kenaikan permintaan produk antivirus dan persaingan strategi dan komunikasi pemasaran dari perusahaan-perusahaan antivirus untuk memasarkan dan menjual produk antivirus mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menelaah implementasi komunikasi pemasaran di PT Realta Chakradarma periode 2021 untuk meningkatkan salah satu produk antivirus nya.

Adapun cara untuk meneliti implementasi komunikasi pemasaran tersebut adalah dengan membedah komponen komunikasi yaitu Komunikator, Media, Khalayak, Feedback dan Efek. Dan juga strategi komunikasi yang digunakan yaitu Segmentasi, Targetting dan Positioning. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan interview terhadap 3 key informan perusahaan dan 2 informan pelanggan dan vendor yang berkaitan dengan obyek penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan PT Realta Chakradarma mengimplementasikan pendekatan komunikasi pemasaran atas produk antivirus Trend Micro adalah sebagai berikut:

1. Melakukan promosi penjualan mendapatkan hasil yang sangat berdampak.
2. Melakukan pemasaran secara langsung mendapatkan hasil yang berdampak.
3. Melakukan penjualan personal mendapatkan hasil yang cukup berdampak.
4. Melakukan periklanan mendapatkan hasil yang tidak terlalu berdampak.
5. Melakukan kegiatan dalam hal hubungan masyarakat mendapatkan hasil yang sangat tidak berdampak

Berdasarkan hasil yang didapat, maka dapat disimpulkan bahwa dengan melakukan promosi penjualan akan mendapatkan hasil yang sangat berdampak, sedangkan melakukan kegiatan dalam hal hubungan masyarakat mendapatkan hasil yang sangat tidak berdampak.

Kata Kunci: Implementasi, Komunikasi Pemasaran, Penjualan, Antivirus, Trend Micro

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

Name : *Happy Nathalia*
NIM : *44317120006*
Study Program : *Marketing Communication And Advertising*
Title Internship Report/Thesis/Dissertation : *Implementation of Marketing
Communications in Increasing Sales of
Trend Micro Antivirus Product at PT Realta
Chakradarma for the 2021 period*
Counsellor : *Berliani Ardha, SE.Msi*

Along with the rapid development of IT, cybercrime that utilizes computer technology and internet networks is also growing. This crime can have an impact on security and privacy as well as financial and non-financial detrimental to users, be it individuals or companies or organizations. This causes an upward trend in demand for antivirus products and competition in strategies and marketing communications from antivirus companies to market and sell their antivirus products. This research aims to examine the implementation of marketing communications of PT Realta Chakradarma in 2021 to improve the selling of one of its antivirus products.

This method used in this research to examine the implementation of marketing communication is by dissecting the components of communication, namely Communicator, Media, Audience, Feedback and Effect and also the communication strategies used, namely Segmentation, Targeting and Positioning. This research method uses descriptive

qualitative methods by interviewing 3 key informants of the company and 2 informants of customers and vendors related to the object of this research.

The research results show that PT Realta Chakradarma implements the marketing communication approach for Trend Micro antivirus products as follows:

- 1. Conducting sales promotions to get very impactful results.*
- 2. Do direct marketing to get impactful results.*
- 3. Doing personal selling gets quite impactful results.*
- 4. Doing advertising to get results that are not too impactful.*
- 5. Carrying out activities in terms of public relations to very little impact*

Based on the results obtained, it can be concluded that by carrying out sales promotions you will get very impactful results, while carrying out activities in terms of public relations will get very impactless results.

Keywords: *Implementation, Marketing Communication, Sales, Antivirus, Trend Micro*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA