

ABSTRAK

Nama : Tri Suci Antika
NIM : 44319110031
Program Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran
Judul Skripsi : Implementasi Komunikasi Pemasaran Digital UMKM untuk Meningkatkan Volume Sewa Alat-alat Teknologi Informasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada PT Tekno Media Indonesia Tahun 2022-2023)
Pembimbing : Mochamad Taufiq Hidayat, M.Ikom

Pasca pandemi, banyak pelaku UMKM berupaya survive dengan meningkatkan penjualan produk dan layanan. Salah satunya PT Tekno Media Indonesia untuk meningkatkan volume sewa alat-alat teknologi informasi. Penelitian ini membahas implementasi komunikasi pemasaran digital pada PT Tekno Media Indonesia Tahun 2022-2023.

Konsep yang digunakan selain komunikasi pemasaran juga media komunikasi pemasaran dan SOSTAC. Paradigma yang digunakan konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Peneliti mengumpulkan data dari pemilik dan pengelola kanal pemasaran digital serta media sosial.

Hasil penelitian didapatkan temuan bahwa website merupakan bagian dari implementasi yang dilakukan oleh PT Tekno Media Indonesia dalam meningkatkan volume sewa pada tahun 2022-2023. Implementasi komunikasi pemasaran digital PT Tekno Media Indonesia dominan sesuai dengan tahapan SOSTAC namun tanpa ada penyusunan strategi yang terdokumentasi dan terukur. Oleh karena itu, selain perumusan strategi yang terukur, disarankan agar PT Tekno Media Indonesia memberikan informasi terbaru di kanal websiste dan mulai menggunakan media sosial untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

***Kata Kunci:* Implementasi, komunikasi pemasaran digital, UMKM, SOSTAC, website, media sosial**

ABSTARCT

Name : Tri Suci Antika
NIM : 44319110031
Study Program : Marketing Communication & Advertising
Title Thesis : Implementation of UMKM Digital Marketing Communication to Increase the Volume of Information Technology Equipment Rentals (Qualitative Descriptive Study at PT Tekno Media Indonesia in 2022-2023)
Counsellor : Mochamad Taufiq Hidayat, M.Ikom

After the pandemic, UMKM are trying to survive by increasing product and service sales. One of them is PT Tekno Media Indonesia to increase the rental volume of information technology equipment. This research discusses the implementation of digital marketing communications at PT Tekno Media Indonesia in 2022-2023.

The concept used in addition to marketing communications is also marketing communications media and SOSTAC. The paradigm used is constructivism with a qualitative approach and descriptive methods. Researchers collected data from owners and managers of digital marketing channels and social media.

The results of the research found that the website is part of the implementation carried out by PT Tekno Media Indonesia in increasing rental volume in 2022-2023. The implementation of PT Tekno Media Indonesia's digital marketing communications is dominantly in accordance with the SOSTAC stages but without any documented and measurable strategy being developed. Therefore, apart from formulating measurable strategies, it is recommended that PT Tekno Media Indonesia provide the latest information on website channels and start using social media to reach wider consumers.

Keywords: Implementation, Digital Marketing Communication, UMKM, SOSTAC, website, social Media