

Penerapan E-Marketing dalam Business to Business Digital Agency (Studi Kasus: Seruni Creative Digital Agency) = Application of E-Marketing in Business to Business Digital Agency (Case Study: Seruni Creative Digital Agency)

Muhamad Syauqi Lukmansyah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920516967&lokasi=lokal>

Abstrak

Semakin berkembangnya pemasaran digital, semakin banyak faktor yang mempengaruhi cara penerapan pemasaran tersebut dalam penggunaannya bagi perusahaan. Agensi digital sebagai perusahaan yang bekerja di bidang tersebut pun harus melakukan berbagai macam penyesuaian terhadap pemasaran digital agar menjadikan pemasaran tersebut lebih efisien. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran terpadu yang telah dijalankan oleh Seruni Creative selaku subjek agensi digital dalam penelitian ini, dan menganalisis perbandingan efisiensi strategi promosi pemasaran digital dan pemasaran langsung yang dilakukan oleh Seruni Creative. Oleh karena itu, in-depth interview digunakan untuk melakukan wawancara terhadap 10 perwakilan pengambil keputusan di Seruni Creative untuk menjadi sampel dalam memenuhi tujuan dari penelitian ini. Hasilnya, diketahui bahwa pemasaran digital tidak lebih efisien dari pemasaran langsung karena memerlukan penyesuaian strategi pemasaran agar bisa mencapai keputusan pembelian, berbeda dengan pemasaran langsung.

..... The more digital marketing develops, the more factors influence how marketing implementing for companies. Digital agencies must make various adjustments to digital marketing to make marketing more efficient. This study aims to analyze the integrated marketing communication strategy implemented by Seruni Creative as the subject of the digital agency in this study and to analyze the efficiency comparison of the digital marketing promotion strategy and direct marketing carried out by Seruni Creative. Therefore, the researcher used in-depth interviews to conduct interviews with ten representatives of decision-makers at Seruni Creative to become samples in meeting the objectives of this study. As a result, digital marketing is not more efficient than direct marketing because it requires adjustments to marketing strategies to reach purchasing decisions, in contrast to direct marketing.