

ABSTRAK

Hasita Varent (00000020207)

STRATEGI PEMASARAN DIVISI MARKETING DALAM KERANGKA *SOCIAL MEDIA ZONES* DI PT DUA PULUH EMPAT JAM ONLINE (UNIPIN)

(xi + 90 halaman: 69 gambar; 3 tabel; 20 lampiran)

Kata kunci: Bauran komunikasi pemasaran, *Social Media Zones*, *Game*.

Adanya internet saat ini menjadikan segala informasi dapat dengan mudah diakses dari mana saja, oleh siapa saja, dan kapan saja. Hal ini akhirnya menciptakan sebuah wadah yang dinamakan media sosial. Media sosial menjadi salah satu dari sekian banyak wadah di internet yang paling banyak diakses. Kemudahan mengakses media sosial ini juga turut dirasakan komunitas hobi seperti komunitas *game*. Akibatnya sebuah komunitas *game* dapat terjaring secara luas dan tak terbatas. Karena sifatnya yang tidak terbatas, media sosial juga menjadi alat yang sering digunakan untuk melakukan strategi pemasaran. Strategi pemasaran ini dapat dijalankan dalam kerangka berupa pembagian zona dari media sosial. Dalam hal ini, akan dibahas mengenai strategi pemasaran yang dilakukan divisi marketing PT Dua Puluh Empat Jam Online (UniPin) dalam kerangka *social media zones*.

Pemegang telah menjalani kegiatan program magang selama 640 jam di PT Dua Puluh Empat Jam Online (UniPin) dan ditempatkan di Divisi Marketing. Hasil kegiatan magang menunjukkan bahwa PT Dua Puluh Empat Jam Online (UniPin) telah menjalankan strategi pemasaran pada bauran komunikasi pemasaran menggunakan kerangka dari *social media zones*. Keempat zona media sosial yang ada masing-masing memiliki “kendaraan” atau saluran yang sesuai dengan tujuan dan kebutuhan penggunaannya. Semua zona dari media sosial ini saling bertujuan untuk memaksimalkan strategi pemasaran yang dilakukan oleh divisi marketing dari PT Dua Puluh Empat Jam Online (UniPin) sehingga tujuan dari pemasaran dapat tercapai.

Referensi: 31 (2010-2020)

ABSTRACT

Hasita Varent (00000020207)

THE MARKETING STRATEGY OF MARKETING DIVISION IN THE FRAMEWORK OF SOCIAL MEDIA ZONES IN PT DUA PULUH EMPAT JAM ONLINE (UniPin)

(xi + 90 pages: 69 pictures; 3 tables; 20 attachments)

Key words: Bauran komunikasi pemasaran, *Social Media Zones*, *Game*.

The existence of the internet today makes all information easily accessible from anywhere, by anyone, anytime. This ultimately creates a platform called social media. Social media is one of the most widely accessed platforms on the internet. The ease of accessing social media is also felt by hobby communities such as the gaming community. As a result, a gaming community can be netted broadly and without limits. Due to its unlimited nature, social media is also a tool that is often used to carry out marketing strategies. This marketing strategy can be implemented within the framework of zoning social media. In this case, we will discuss the marketing strategies carried out by the marketing division of PT Twenty Empat Jam Online (UniPin) within the framework of social media zones.

The intern has undergone an internship program for 640 hours at PT Dua Puluh Empat Jam Online (UniPin) and was placed in the Marketing Division. The results of the internship show that PT Dua Puluh Empat Jam Online (UniPin) has implemented a marketing strategy in the marketing communication mix using the framework of social media zones. The four existing social media zones each have a "vehicle" or channel in accordance with the goals and needs of its users. All zones of social media are mutually aimed at maximizing the marketing strategy carried out by the marketing division of PT Dua Puluh Empat Jam Online (UniPin) so that the objectives of marketing can be achieved.

Reference: 31 (2010-2020)