

ABSTRAK

Evita Gozza (00000011039)

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL OLEH PT. KOMUNIKA LINTAS MAYA UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN AKAN PIXAMOLA

(xiv + 90 halaman: 57 gambar; 3 tabel; 15 lampiran)

Kata kunci: alat pemasaran digital, bauran pemasaran digital, digital, kesadaran merek,, stok foto

Persaingan dalam dunia bisnis, baik online maupun tidak, iklan memegang peranan yang penting. Namun, harga untuk memproduksi sebuah iklan tidaklah murah. Dibutuhkan visual dan konten yang menarik untuk membuat iklan yang dapat menarik perhatian publik. Hal tersebut membuat situs stok foto terlahir. Situs stok foto membantu mengurangi biaya dalam pemasaran dan juga menjadi wadah bagi fotografer untuk menjual karya mereka.

Pixamola merupakan salah satu stok foto baru dari Indonesia yang berfokus untuk menyediakan foto yang menampilkan budaya dan gaya hidup dari masyarakat Indonesia yang sesungguhnya. Oleh karena itu, PT. Komunika Lintas Maya menerapkan strategi pemasaran digital dengan tujuan meningkatkan kesadaran akan masyarakat tentang keberadaan Pixamola. Strategi pemasaran digital yang digunakan melengkapi 10Ps bauran pemasaran digital yang diajukan oleh Ryan (2017). PT. Komunika Lintas Maya juga menggunakan tiga alat pemasaran digital yang adalah *Search Engine Optimization* (SEO), pemasaran surel, dan media sosial. Pemagang bekerja sebagai *Digital Marketer* yang bertanggung jawab untuk mengurus seluruh kegiatan pemasaran digital yang dilakukan oleh Pixamola.

Program magang ini memberikan pengalaman dan pengetahuan mengenai strategi pemasaran digital pada Pixamola melalui media sosial, pemasaran surel dan *Search Engine Optimization* (SEO) mencakup aktivitas-aktivitas yang dilakukan di dalamnya.

Referensi: 21 (1977-2018)

ABSTRACT

Evita Gozza (00000011039)

DIGITAL MARKETING STRATEGY OF PT. KOMUNIKA LINTAS MAYA TO INCREASE AWARENESS OF PIXAMOLA

(xiv + 90 pages; 57 pictures; 3 tables; 15 appendices)

Keywords: brand awareness, digital, digital marketing mix, digital marketing tools, photo stock

Competition in the business world, whether online or not, advertising plays an important role. However, the price for producing an advertisement is expensive. It takes visuals and interesting content to create advertising that can attract public attention. This makes the photo stock site born. Photo stock sites help reduce costs in advertising and also become a medium for photographers to sell their work.

Pixamola is one of the new photo stocks site from Indonesia which focuses on providing photos that showcase the real culture and lifestyle of Indonesian people. Therefore, PT. Komunika Lintas Maya implemented a digital marketing strategy with the aim of increasing public awareness of the Pixamola's existence. The digital marketing strategy that been used include the 10Ps of digital marketing mix that proposed by Ryan (2017). PT. Komunika Lintas Maya also used three digital marketing tools during the internship period which are Search Engine Optimization (SEO), email marketing, and social media. Intern worked as a Digital Marketer who is responsible for managing all digital marketing activities carried out by Pixamola.

This internship program provides experience and knowledge about digital marketing strategy of Pixamola through the usage of social media, email marketing and Search Engine Optimization (SEO) including the activities carried out in it.

References: 21 (1977-2018)