

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BERBASIS
DIGITAL (Studi Kasus pada SAGA *Contractor* dalam Menghadapi Pandemi
Covid-19)**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Debora Fransisca Nome

NRP.1423017134

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2021

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BERBASIS
DIGITAL (Studi Kasus pada SAGA Contractor dalam Menghadapi Pandemi
Covid-19)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

Debora Fransisca Nome

NRP.1423017134

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2021

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya :

Nama :Debora Fransisca Nome

NRP :1423017134

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul :

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BERBASIS DIGITAL (Studi Kasus pada SAGA *Contractor* dalam Menghadapi Pandemi Covid-19)

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya di cabut.

Surabaya, 25 Mei 2021



Debora Fransisca Nome

NRP.1423017134

**HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BERBASIS
DIGITAL**

**(Studi Kasus Pada SAGA Contractor Dalam Menghadapi Pandemi Covid-
19)**

Oleh :

Debora Fransisca Nome

NRP.1423017134

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan kepada tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

()

NIDN. 0719078401

Pembimbing II : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom.

()

NIDN. 0702087602

Surabaya, 25 Mei 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : 04 Juni 2021

Mengesahkan,
Fakultas Ilmu
Komunikasi,
Dekan,



Brigitta Revia S.F, S.I.Kom., M.Med.Kom

NIDN. 0715108903

Dewan Penguji:

1. Ketua : Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN.0715108903

(.....)


2. Sekretaris : Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom

NIDN. 0719078401

(.....)

3. Anggota : Maria Yulastuti, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN.0707078607

(.....)

4. Anggota : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0702087602

(.....)

LEMBAR PERSETUJUAN

PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik
Widya Mandala Surabaya (UKWMS) :

Nama : Debora Fransisca Nome

NRP : 1423017134

Menyetujui skripsi / karya ilmiah saya :

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BERBASIS
DIGITAL (Studi Kasus pada SAGA Contractor dalam Menghadapi Pandemi
Covid-19)**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan
UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang – Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya

Surabaya, 25 Mei 2021



Debora Fransisca Nome

NRP.1423017134

HALAMAN PERSEMBAHAN

Mengutip dari salah satu sumber *podcast*, “hidup itu bukan aman, aman, sesekali nggak aman, tapi hidup itu nggak aman, nggak aman, sesekali aman.” Pernyataan tersebut cukup menyadarkan penulis untuk berani mengambil segala resiko yang ada, berpacu dengan ketidaknyamanan, dan tentunya bangkit dari segala rasa takut dan khawatir yang terus mendera. Dibalik ratusan paragraf yang telah tertulis, terdapat tangan yang membisu sekaligus menjadi saksi atas kerja keras, selangkah demi selangkah, malam demi malam hanya untuk sekedar menyelesaikan satu paragraf. Terima kasih kepada diri sendiri yang masih terus bertahan dan mengupayakan segala harapan yang nyaris hilang.

Skripsi ini adalah wujud dari perjuangan orang tua, sahabat, beserta kerabat dekat penulis yang termanifestasikan lewat doa dan dukungan moral hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Surabaya, 25 Mei 2021

Debora Fransisca Nome

KATA PENGANTAR

Selayaknya sosok ibu yang tidak akan pernah melupakan anaknya, demikian Tuhan yang mengasihi dan menjagaku. Sekalipun seorang ibu telah melupakan anaknya, Tuhan tidak pernah melupakanku. Atas berkat ekspresi cintaNya yang begitu luar biasa, Ia setia mempersiapkanku dan membawaku menuju titik dimana skripsi ini terselesaikan dengan baik. Ia memenuhi janjiNya bahkan ketika akal ini sibuk memperdebatkan kesetiaanNya.

Adalah omong kosong perjuangan tanpa kerja keras. Adalah omong kosong pengorbanan yang menyenangkan. Adalah omong kosong kesuksesan tanpa hari-hari yang melelahkan. Dengan merangkul kembali harapan yang nyaris hilang, mengerahkan segala yang ada, merapalkan mantra “aku pasti bisa, Tuhan tidak membawaku sejauh ini hanya untuk meninggalkanku”, skripsi berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Berbasis Digital (Studi Kasus pada SAGA Contractor Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19)” merupakan bukti penulis yang telah berjuang di tengah ketidaknyamanan yang ada.

Dalam berbagai momen penulisan skripsi yang dirasakan penulis, muncul momen yang terjadi begitu saja. Klik momen yang entah datang darimana membuat penulis bersemangat kembali menyelesaikan skripsinya. Seolah ada seseorang yang sibuk mendoakan dalam diam dan mendukung penulis di tengah keputusasaan. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Keluarga penulis, khususnya kedua orangtua, Nahor Nome dan Evianti Wulandari yang selalu menjadi alasan utama untuk menyelesaikan perkuliahan dengan baik. Doa serta restu dari mereka membuat penulis semangat untuk mengerjakan dan memberikan yang terbaik dalam setiap langkah. Terima kasih atas kekuatan dan kepercayaan yang telah diberikan. Selanjutnya kepada saudara penulis, Yeremia Nome, yang selalu menghibur penulis agar segera menyelesaikan perkuliahan dengan baik. Berkat kehadirannya, penulis dapat merasakan kelegaan dan merasa bahagia meski sering dibully dari kecil. Sosoknya yang sangat jail dan penuh dengan lawakan begitu dirindukan penulis terutama saat ia pergi jauh berlayar. Dan terakhir, kepada saudari ipar penulis, Binti Sulaicha, terima kasih atas dukungan dan semangatnya. Berkatnya, penulis menemukan sosok bercerita ataupun sekedar melepas penat selama mengerjakan skripsi.

2. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom., selaku pembimbing I yang sangat berjasa dalam mempertemukan penulis dengan solusi dari segala permasalahan skripsi yang ditemui oleh penulis. Beliau memberikan motivasi dan semangat kepada penulis untuk terus berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini. Berkat jasa serta bimbingan beliau, penulis sadar bahwa Tuhan tidak pernah salah menempatkan siapapun dalam hidup ini, termasuk dosen pembimbing. Penulis belajar selalu terdapat alasan menakjubkan dibaliknyanya. Terima kasih kepada beliau atas dedikasinya yang luar biasa dan tidak akan pernah dilupakan oleh penulis.

3. Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom, selaku pembimbing II yang terkenal sebagai sosok pribadi yang sabar dan murah hati. Berkat ketulusan dan kesabarannya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih kepada beliau yang sudah membantu penulis dan rutin membimbing sampai skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya atas segala bantuan dan ilmu yang telah dibagikan kepada penulis selama menempuh perkuliahan mulai dari awal semester hingga menuju tugas akhir.

5. Teman-teman penulis semenjak semester awal perkuliahan, Anastasya Pricil dan Angelina Marlyn Coverna. Tanpa kehadiran mereka berdua, penulis tidak akan mampu untuk menjalani hari-hari perkuliahan dengan baik dan lancar. Terima kasih kepada mereka berdua yang sudah banyak membantu penulis dari semester awal hingga semester akhir. Kepada Anastaya Pricil, terima kasih atas segala bantuan dan berbagai suka duka yang telah dilalui bersama penulis. Sosokmu akan selalu dirindukan. Selanjutnya kepada Angelina Marlyn Coverna, terima kasih sudah menjadi sosok yang sangat sabar dan menginspirasi. Sosokmu yang unik dan berkesan, tidak akan mudah dilupakan oleh penulis. Berkatmu, penulis mengerti bagaimana arti dari kesabaran sejati.

6. Teman-teman Fikomers 17 yang terkasih, yang pertama Silvanada Ike Susanti, terima kasih telah banyak membantu penulis serta menjadi sosok yang hangat, dimana begitu sulit untuk menemukan pribadi tersebut dalam

diri orang lain. Pribadimu yang ramah, menolong orang tanpa segan, tidak berburuk sangka dan selalu mengharapkan yang terbaik untuk orang lain akan selalu melekat dalam kenangan penulis. Terima kasih atas kesediaanmu dalam mendengarkan keluh kesah penulis serta semangkok mie pangsit yang selalu disuguhkan saat penulis berkunjung ke rumahmu. Selanjutnya kepada Rheza, sosok yang tidak disangka akan berperan besar dalam membantu penulis untuk lolos ke tahap selanjutnya. Berkatmu pula, penulis dapat berada sampai pada tahap ini. Tidak ada ungkapan yang cukup mewakili dibandingkan rasa terima kasih. Terima kasih atas kebaikanmu tanpa pamrih untuk menolong penulis menghadapi masa-masa sulit. Penulis akan selalu berutang budi.

7. Teman terdekat penulis, yang pertama Jessica Nathania, yang entah bagaimana dibawa Tuhan untuk menjadi berkat tersendiri bagi penulis hingga saat ini. Terima kasih atas segala pengorbananmu, mulai dari waktu tidurmu yang senantiasa kusita hanya untuk mendengarkan segala curhatku, motivasi yang selalu diberikan, dorongan serta ayat Alkitab yang tak pernah absen untuk dibagikan, serta kesediaan untuk selalu hadir dalam masa-masa sulit penulis. Menjadikanmu sebagai sosok terdekat adalah hal yang paling membahagiakan yang dirasakan oleh penulis. Sosokmu yang lembut dan tegas, kuat dan rapuh, selalu jujur apa adanya merupakan hal-hal unik yang berarti bagi penulis. Selanjutnya kepada Stefanny Elly, sosok terdekat penulis yang ditemui sejak dari SMP. Meskipun keunikannya tidak mampu terdeskripsikan dengan kata-kata, berkatnya penulis selalu menemukan alasan untuk selalu bangkit dalam keterpurukan. Terima kasih atas segala motivasi

yang diberikan, atas segala hal baik yang pernah terjadi, dan terima kasih untuk cup red velvet yang pernah dikirimkan. Terima kasih telah menjadi salah satu sosok paling berharga dalam hidup penulis dan sampai bertemu kembali di titik terbaik kehidupan ini. Penulis akan selalu menantikan kesempatan untuk bisa balas budi atas kebaikan-kebaikan yang pernah dilakukan.

8. Teman-teman UKM dari penulis, yang pertama adalah Paulus Adatha Berkah Sadewa atau yang biasa dipanggil penulis sebagai kak Tata. Sosoknya yang begitu rendah hati, menolong orang tanpa pandang bulu, bersikap ramah pada siapapun yang ditemuinya, merupakan suatu kehangatan tersendiri bagi penulis. Terima kasih kepada kak Tata yang memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Berkatnya, penulis mampu untuk bangkit dari rasa trauma yang mendalam. Sosok hangatnya begitu berarti bagi penulis layaknya seorang adik yang selalu menunggu kepulangan kakaknya. Mari bertemu kembali dalam kesempatan yang lebih baik. Selanjutnya kepada Priscilla Annabelle Maureen, selaku teman terdekat penulis di UKM. Sosoknya yang hangat dan begitu perhatian membuat penulis merasa beruntung untuk berkesempatan menjadi teman dekatnya. Terima kasih kepada Bella yang telah memotivasi penulis untuk terus berjuang dan memperkenalkan penulis ke dalam dunia atau hal-hal baru yang sebelumnya belum pernah dikunjungi oleh penulis. Berkatmu, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tentunya sosokmu akan selalu dirindukan oleh penulis. Mari bertemu kembali dalam kesempatan yang lebih baik. Dan yang terakhir kepada Regina, terima kasih telah berjuang bersama dengan penulis. Sosokmu begitu baik dan hangat.

9. Teman-teman Angkatan 2018, yang pertama kepada Avinanda dan Erlin. Penulis tidak akan menyangka bahwa kini dua orang tersebut telah menjadi bagian berharga dalam kehidupan perkuliahan penulis. Penulis menemukan sosok yang tulus dalam diri dua orang tersebut. Terima kasih telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bisa menjadi sosok yang dekat dan berbincang banyak hal. Penulis akan selalu merindukan perbincangan-perbincangan sederhana yang telah dilalui. Kepada Pepeng, terima kasih telah menjadi sosok yang baik dan dapat dipercaya, penulis menaruh rasa bangga dalam dirinya. Dan selanjutnya kepada Billy Adriel, penulis mengucapkan banyak rasa terima kasih yang tidak mampu diungkapkan satu per satu atas segala hal baik yang telah dilakukan. Doa terbaik akan selalu dipanjatkan untuk kelancaran perkuliahan.

10. Thalia Novalyn selaku narasumber, kepadanya penulis menemukan sosok idola yang begitu dihargai dan dikagumi. Sosoknya yang begitu tenang dan tegas, tak terbang walau dipuji dan tak tumbang walau dihina, ia menjadi sosok yang begitu dikagumi oleh penulis. kepadanya penulis memanjatkan syukur karena diberikan kesempatan untuk bertemu dan berbincang banyak hal. Berkatnya, penulis menemukan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Bagi penulis, ia seperti sosok berkat yang menjadi kejutan dalam menyelesaikan skripsi. Penulis menemukan sosoknya yang begitu haus akan ilmu pengetahuan, berdedikasi dalam setiap hal, berlaku rendah hati terhadap siapapun, serta siap sedia menolong penulis mulai dari pengambilan data, penyusunan skripsi, dan masih banyak lagi. Ia turut mengajari penulis apa arti

sesungguhnya dari berkorban. Sosoknya menginspirasi penulis untuk menjadi seseorang seperti dirinya. Doa terbaik akan selalu dikirimkan oleh penulis.

11. *Partner* penulis Michael Eka Juanda yang telah setia menemani penulis dari semester tiga hingga akhir. Mengenalmu menjadi momen yang paling membahagiakan dan tidak akan pernah disesali dalam kehidupan penulis. Terima kasih untukmu yang selalu menghibur penulis disaat depresi akan pengerjaan skripsi ini, memberikan masukan, dan semangat supaya penulis dapat menyelesaikannya dengan baik. Terimakasih telah bertahan dengan segala riuh badai kehidupan penulis. Berkatmu penulis menemukan sosok yang begitu sederhana namun terasa hangat. Sosokmu akan selalu dikenang penulis sebagai berkat Tuhan yang paling disyukuri oleh penulis.

12. Kesayangan penulis, *Vanilla* dan *Blacksweet*. Teruntuk *Vanilla* dan *Blacksweet* terima kasih telah menghibur penulis dikala depresi dan terima kasih untuk selalu ada. Kalian berdua adalah kucing yang paling disayang oleh penulis. Teruntuk *Vanilla* semoga tenang di surga sana. Kehilanganmu merupakan kesedihan mendalam bagi penulis.

13. Teruntuk Indra Sugiarto, terima kasih telah menjadi inspirasi penulis dalam menyusun kata pengantar ini. Terima kasih juga telah memberikan motivasi dan dorongan tidak langsung kepada penulis.

14. Teman-teman Fikomers 17 yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih telah berbagi informasi seputar perkuliahan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya hingga penulis

dapat menuntaskan skripsi ini dengan baik. Terima kasih telah berjuang bersama penulis.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa terdapat kekurangan dalam penulisan penelitian ini. Karena itu peneliti senantiasa mengharapkan adanya kritikan dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak guna menyempurnakan penulisan penelitian ini.

Surabaya, 25 Mei 2021

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	III
HALAMAN PERSETUJUAN.....	IV
HALAMAN PENGESAHAN.....	V
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	VI
HALAMAN PERSEMBAHAN	VII
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI.....	XVI
DAFTAR TABEL.....	XVIII
DAFTAR GAMBAR	XIX
DAFTAR LAMPIRAN.....	XXI
ABSTRAK	XXII
ABSTRAC	XXIII
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah	9
I.3 Tujuan Penelitian	9
I.4 Batasan Masalah	10
I.5 Manfaat Penelitian	10
I.5.1 Manfaat Akademik	10
I.5.2 Manfaat Praktis.....	10
I.5.3 Manfaat Sosial	11
BAB II PERSPEKTIF TEORITIS	12
II.1 Penelitian Terdahulu	12
II.2. Tinjauan Pustaka.....	16
II.2.1 Komunikasi Pemasaran terpadu	16
II.2.2. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu	22
II.2.3 Digital Marketing	37
II.2.4 Studi Kasus.....	45
II.3 Nisbah Antar Konsep.....	47

II.4 Bagan Kerangka Konseptual	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	50
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	50
III.2 Metode Penelitian.....	51
III.3 Subjek dan Objek Penelitian	52
III.4 Unit Analisis.....	52
III.5 Teknik Pengumpulan Data	53
III.6 Teknik Analisis Data	55
III.7 Teknik Triangulasi Data.....	57
BAB IV PEMBAHASAN.....	59
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian	59
IV.1.1 Profil Perusahaan SAGA Contractor.....	59
IV.2 HASIL DAN TEMUAN DATA	66
IV.2.1 Kondisi Perusahaan Semasa Pandemi Covid-19.....	66
IV.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu SAGA Contractor Berbasis Digital Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19.....	71
IV.2.2.1 Perencanaan Penyusunan Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu SAGA Contractor Berbasis Digital Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19	71
IV.2.2.2 Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu SAGA Contractor Berbasis Digital Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19.....	79
IV.2.2.2.1 Identifikasi Khalayak di Ranah Digital	79
IV.2.2.2.2 Pengelolaan Media Sosial dan Situs Resmi Perusahaan	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	144
V.1 KESIMPULAN	144
V.2 SARAN.....	145
V.2.1 Saran Akademis	145
V.2.2 Saran Praktis	146
DAFTAR PUSTAKA	147
LAMPIRAN.....	158

DAFTAR TABEL

Tabel II.1.Penelitian Terdahulu.....	12
--------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1. Logo SAGA Contractor.....	63
Gambar IV.2. Struktur Organisasi SAGA Contractor.....	64
Gambar IV.3. Gunawan (<i>Directur Marketing Sales SAGA Contractor</i>)	67
Gambar IV.4. Thalia Novalyn (<i>Marketing Manager SAGA Contractor</i>	68
Gambar IV.5. Hasil Penelusuran di Mesin Pencarian Google dengan kata kunci “Jasa Kontraktor Surabaya”.....	100
Gambar IV.6. Tampilan Google My Bussines SAGA Contractor	100
Gambar IV.7. Tampilan Google My Bussines SAGA Contractor	101
Gambar IV.8. Website SAGA pada Halaman Pertama Google.....	104
Gambar IV.9. Tampilan Awal Pada Website SAGA.....	105
Gambar IV.10. Tampilan Fasilitas RAB <i>Calculation</i> Website SAGA	107
Gambar IV.11. Tampilan Instagram @sagacontractor	110
Gambar IV.12. Tampilan fitur <i>Instagram Story</i> pada Instagram SAGA (@sagacontractor).....	113
Gambar IV.13. Tampilan fitur <i>Instagram Story</i> pada Instagram SAGA (@sagacontractor.....	114
Gambar IV.14. Tampilan fitur <i>Instagram Story</i> pada Instagram SAGA (@sagacontractor).....	115
Gambar IV.15. <i>Instagram Planning</i> SAGA Contractor Mei 2021.....	119
Gambar IV.16. Contoh Frame Yang Digunakan pada Tampilan Instagram SAGA <i>Contractor</i> (@sagacontractor)	120
Gambar IV.17. Postingan Instagram SAGA Contractor (@sagacontractor) 25 April 2021	123
Gambar IV.18. Postingan Instagram SAGA Contractor (@sagacontractor) 25 April 2021	124
Gambar IV.19. Postingan Instagram SAGA Contractor (@sagacontractor) 25 April 2021	125
Gambar IV.20. Postingan Instagram SAGA Contractor (@sagacontractor) 25 April 2021	128
Gambar IV.21. Postingan Instagram SAGA Contractor (@sagacontractor) 25 April 2021	130
Gambar IV.22. Konten <i>greetings</i> Instagram SAGA Contractor (@sagacontractor) 13 Mei 2021	132
Gambar IV.23. Konten produk Instagram SAGA Contractor (@sagacontractor) 19 Mei 2021	132
Gambar IV.24. Konten edukasi Instagram SAGA Contractor (@sagacontractor) 10 Mei 2021	134
Gambar IV.25. Konten diskon Instagram SAGA Contractor (@sagacontractor) 28 Oktober 2020	136

Gambar IV.26. Konten diskon Instagram SAGA Contractor (@sagacontractor) 28 Oktober 2020	136
Gambar IV.27. Konten hiburan Instagram SAGA Contractor (@sagacontractor) 10 Februari 2021	138
Gambar IV.28. Konten testimoni Instagram SAGA Contractor (@sagacontractor) 14 Mei 2020	139
Gambar IV.29. Konten produk Instagram SAGA Contractor (@sagacontractor) 27 April 2020	139
Gambar IV.30. <i>Social Media Report</i> SAGA Contractor 2020	140

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Transkrip Wawancara <i>marketing communication</i> SAGA Contractor Thalia Novaly	161
Lampiran 1.2 Transkrip Wawancara <i>marketing communication</i> SAGA Contractor Thalia Novaly	178
Lampiran 1.3 Transkrip Wawancara <i>directur marketing sales</i> SAGA Contractor Gunawan	194
Lampiran 1.4 Transkrip Wawancara <i>marketing communication</i> SAGA Contractor Thalia Novalyn.....	207
Lampiran 1.5 Transkrip Wawancara <i>marketing communication</i> SAGA Contractor Thalia Novalyn.....	215
Lampiran 1.6 Transkrip Wawancara <i>directur marketing sales</i> SAGA Contractor Gunawan	220

ABSTRAK

Debora Fransisca Nome. 1423017134. *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU BERBASIS DIGITAL (Studi Kasus Pada SAGA Contractor Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19)*.

SAGA Contractor merupakan sebuah perusahaan jasa konstruksi dan konsultasi bangunan yang berdiri sejak tahun 2004. Sebagaimana jasa konstruksi dan properti pada umumnya yang mengandalkan promosi langsung sebelum masa pandemi Covid-19, SAGA Contractor juga kehilangan salah satu bentuk kegiatan pemasaran penting dalam usahanya selama pandemi, yakni pameran. Hal ini disebabkan komunikasi secara tatap muka dan kegiatan-kegiatan yang melibatkan kumpulan orang atau kerumunan, tidak diperbolehkan. Sehingga, medium digital menjadi aset yang dapat diandalkan untuk melakukan kegiatan komunikasi pemasaran perusahaan. Adapun konsep komunikasi pemasaran yang paling relevan untuk menganalisa kasus ini adalah komunikasi pemasaran terpadu atau *integrated marketing communication*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode penelitian studi kasus. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara interview dan dokumentasi. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran terpadu berbasis digital yang dilakukan oleh perusahaan SAGA Contractor dalam menghadapi pandemi Covid-19 adalah mengidentifikasi khalayak di ranah digital dan melakukan pengelolaan media sosial beserta dengan situs resmi perusahaan. Dua strategi tersebut dilakukan berdasarkan analisis terhadap kondisi perusahaan semasa pandemi Covid-19 serta perubahan situasi pasca pandemi Covid-19. Pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran terpadu berbasis digital yang dilaksanakan oleh SAGA Contractor di masa pandemi Covid-19 dinilai jauh lebih efektif dibandingkan strategi sebelumnya yaitu pameran. Hal ini didasarkan pada kenaikan perubahan jumlah kuantitas klien potensial dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.

Kata kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu, Pemasaran Digital, SAGA Contractor

ABSTRACT

Debora Fransisca Nome. 1423017134. *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION STRATEGY BASED ON DIGITAL (Case Study on SAGA Contractors in Facing the Covid-19 Pandemic).*

SAGA Contractor is a construction services and building consulting company that was founded in 2004. Like other construction and property services that rely on direct promotion before the Covid-19 pandemic, SAGA Contractor has also lost one of the most important forms of marketing activities in its business during the pandemic, namely exhibition. This is because face-to-face communication and activities involving groups of people or crowds are not allowed. Thus, the digital medium becomes a reliable asset to carry out corporate marketing communication activities. The most relevant marketing communication concept to analyze this case is integrated marketing communication. This research is a qualitative research using case study research method. Methods of data collection is done by means of interviews and documentation. The results of this study indicate that the digital-based integrated marketing communication strategy carried out by the SAGA Contractor company in dealing with the Covid-19 pandemic is to identify audiences in the digital realm and manage social media along with the company's official website. The two strategies were carried out based on an analysis of the company's condition during the Covid-19 pandemic and changes in the situation after the Covid-19 pandemic. The implementation of the digital-based integrated marketing communication strategy implemented by SAGA Contractor during the Covid-19 pandemic is considered far more effective than the previous strategy, namely exhibitions. This is based on an increase in the change in the number of potential clients compared to previous years.

Keywords: Integrated Marketing Communication Strategy, Digital Marketing, SAGA Contractor