

ABSTRAKSI

Media sosial/social media adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia *virtual*. *Blog*, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Dalam hal ini, PT Erafone Artha Retailindo dijadikan tempat penelitian oleh penulis karena pada objek tersebut menggunakan sosial media sebagai satu strategi pemasaran digital perusahaan. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan media digital-internet dalam mencapai tujuan bisnis PT Erafone Artha Retailindo untuk menguasai pasar telekomunikasi yang ada di Indonesia. Kerangka penelitian yang digunakan oleh peneliti menggunakan komunikasi pemasaran, pemasaran digital (*Digital Marketing*), *internet marketing* sebagai target pasar yang dilakukan PT Erafone Artha Retailindo.

Hasil dari penelitian ini adalah mengetahui pemasaran digital dengan pemanfaatan media digital-internet pada PT Erafone Artha Retailindo dalam menguasai pasar di Indonesia yang akan dianalisis sesuai dengan kerangka penelitian yang ditentukan oleh peneliti.

Kata Kunci : Pemasaran Digital, Internet Marketing, Komunikasi Pemasaran.

ABSTRACT

Social media / social media is an online media, with its users can easily participate, share, and create content including blogs, social networks, wikis, forums and virtual worlds. Blogs, social networks and wikis are the most common form of social media used by people around the world. Another opinion says that social media is an online medium that supports social interaction and social media using web-based technology that turns communication into interactive dialogue.

In this case, PT Erafone Artha Retailindo is used as a research place by research because it uses social media as a digital zoom strategy. The purpose of this research is to know the digital marketing strategy by utilizing digital-internet media in achieving the business objectives of PT Erafone Artha Retailindo to dominate the telecommunication market in Indonesia. The research framework used by the researcher uses marketing communications, digital marketing, internet marketing as a target market conducted by PT Erafone Artha Retailindo.

The result of this research is to know the digital marketing with the utilization of digital-internet media at PT Erafone Artha Retailindo in mastering the market in Indonesia which will be analyzed in accordance with the research framework determined by the researcher.

Keyword : *Digital marketing, PT Erafone Artha Retailindo, utilizing digital internetmedia*