

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi digital marketing PT. Reksa Finance dalam meningkatkan pelayanan jasa dan untuk mengetahui hambatan yang dialami oleh marketing PT. Reksa Finance dalam meningkatkan pelayanan jasa. Paradigma Penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu paradigma Konstruktivisme. pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian ini dilakukan bersifat deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data penelitian ini yaitu reduksi data, data display dan kesimpulan/verifikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi komunikasi yang digunakan pada PT. Reksa Finance ini menerapkan 4 konsep yaitu informasi, persuasi, kolaborasi, dan sales promotion dan pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan AdSense. Dan Terdapat hambatan diantaranya yaitu kendala dalam bersaing di era digital marketing, tantangan dalam menghadapi sifat konsumen, dan banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa pembiayaan pada era digital marketing.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Digital Marketing, PT. Reksa Finance, Pelayanan

Abstract

This research aims to determine the digital marketing communication strategy of PT. Reksa Finance in improving services and to find out the obstacles experienced by PT marketing. Mutual Finance in improving services. The research paradigm used in this research is the Constructivism paradigm. The approach in this research uses a qualitative approach with a case study method. This research was conducted in a qualitative descriptive manner. The data sources used are primary data and secondary data. Data collection techniques are interviews, observation and documentation. The data analysis techniques for this research are data reduction, data display and conclusion/verification. The results of this research show that the communication strategy used at PT. Mutual Finance applies 4 concepts, namely information, persuasion, collaboration, and sales promotion and the use of social media such as Instagram, Facebook, and AdSense. And there are obstacles, including obstacles in competing in the digital marketing era, challenges in dealing with the nature of consumers, and the large number of companies engaged in financing services in the digital marketing era.

Keywords: Communication Strategy, Digital Marketing, PT. Reksa Finance, Services
