

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan komunikasi pada saat ini sangat pesat, seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, penggunaan internet sudah tidak asing lagi yang digunakan sebagai alat untuk memasarkan suatu produk. Pemasaran dengan cara offline beralih secara online. Fokus masalah yang diangkat yaitu: (1) bagaimana penggunaan sosial media marketing dalam meningkatkan citra merek di PT. Fokus Gaya Graha (2) bagaimana penggunaan e-commerce dalam meningkatkan citra merek di PT. Fokus Gaya Graha.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai penggunaan digital marketing dalam meningkatkan citra merek di PT. Fokus Gaya Graha kemudian data yang diperoleh menggunakan metode Observasi, Interview dan dokumentasi, kemudian data yang telah diperoleh tersebut dianalisis dengan cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Sedangkan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori digital marketing.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa penggunaan digital marketing mampu meningkatkan citra merek di benak konsumen dan mampu meningkatkan penjualan sehingga citra produk mampu dikenal masyarakat dalam maupun luar pulau jawa, walaupun penggunaan e-commerce belum optimal tetapi itu mampu meningkatkan penjualan, apabila penjualan meningkat maka citra produkpun ikut meningkat.

Saran bagi perusahaan yakni tetap menjalankan aktivitas pemasaran, baik offline maupun online, dan dalam penggunaan digital marketing bisa dikembangkan lagi dan di tambahkan lagi media digital lainnya.

Kata kunci : Digital Marketing (media sosial & e-commerce), Citra Merek, PT. Fokus Gaya Graha.

ABSTRACT

The development of technology and communication at this time is very rapid, along with the development of increasingly sophisticated technology, the use of the internet is no longer used as a tool to market a product. Marketing in a way offline switching online. The focus the problem raised is : (1) How to use social media marketing to improve brand image at PT. Fokus Gaya Graha (2) How to use E-commerce to improve brand image at PT. Fokus Gaya Graha.

The study uses qualitative research that is useful to provide facts and data regarding the use of digital marketing in improving brand image at PT. Fokus Gaya Graha, then the data obtained using the method of observation, interviews and documentation, then the data that has been obtained are analyzed by data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. While the theory used in this research is digital marketing theory.

The results of the study found that the use of digital marketing can improve brand image in the minds of consumers and can increase sales so that the image of the product is able to be known to public inside and outside of Java, despite the use of e-commerce is not optimal but it can increase sales, if sales increase, the product image will also increase.

Advice for companies that is to carry out marketing activities, both offline and online, and in the use of digital marketing can be developed and added other digital media again.

Keywords : Digital Marketing (social media & e-commerce), Brand image, PT. Fokus Gaya Graha.