

PENGEMBANGAN *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* PADA PT GRAND METRO INDORAYA DI SURABAYA

Caroline Hariwibowo
Jurusan/Program Studi: Manajemen
Dudi Anandya
Indarini

ABSTRAK

Laporan ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui komunikasi pemasaran pada PT Grand Metro Indoraya. PT Grand Metro Indoraya mengalami penurunan penjualan. Hal tersebut dikarenakan perusahaan belum maksimal dalam memanfaatkan dan menjalankan strategi komunikasi pemasaran. Mengingat dalam teori pemasaran, salah satu hal yang harus dilakukan oleh PT Grand Metro Indoraya adalah menyusun, mendesain, dan memperbaiki komunikasi pemasaran terpadu. Tujuan dari komunikasi pemasaran yang diterapkan adalah agar dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk dan merek PT Grand Metro Indoraya. Selain itu, untuk meningkatkan penjualan berdasarkan target yang telah ditentukan.

Aktivitas – aktivitas yang dilakukan dalam praktik kerja lapangan adalah mengakses dan mempelajari fitur *Facebook Business Manager* dan *Etsy*, mencoba membuat *Company Profile*, mempelajari kelebihan kompetitor, membuat penawaran melalui telepon, *Whatsapp*, dan *Email* serta bertemu calon pelanggan, melayani pelanggan secara tatap muka, dan memberi ide konten untuk tim *marketing communication*.

Kata Kunci : periklanan, pemasaran langsung dan digital, promosi penjualan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat.

***DEVELOPMENT OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION AT
PT GRAND METRO INDORAYA IN SURABAYA***

Caroline Hariwibowo
Discipline/Study Programme: Management
Dudi Anandya
Indarini

ABSTRACT

This report was conducted with the aim of knowing the marketing communications at PT Grand Metro Indoraya. PT Grand Metro Indoraya experienced a decline in sales. This is because the company has not been optimal in utilizing and carrying out marketing communication strategies. Considering marketing theory, one of the things that must be done by PT Grand Metro Indoraya is compiling, designing, and improve integrated marketing communications. The purpose of the marketing communications applied is to increase public awareness of the products and brands of PT Grand Metro Indoraya. In addition, to increase sales based on predetermined targets.

The activities carried out in the fieldwork practice are accessing and studying Facebook Business Manager and Etsy features, trying to create a Company Profile, studying competitors' strengths, making offers via telephone, Whatsapp, and Email as well as meeting potential customers, serving customers face-to-face, and provide content ideas for the marketing communications team.

Keywords : *advertising, direct and digital marketing, sales promotion, personal selling, public relation.*