



## Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

# 20%

**SIMILARITY INDEX**

Submission author: Athaya Khairunnisa  
Assignment title: JURNAL  
Submission title: PENERAPAN DIGITAL INBOUND MARKETING SEBAGAI STRATE...  
File name: 160621\_E-journal\_Athaya\_Khairunnisa.doc  
File size: 466K  
Page count: 12  
Word count: 3,088  
Character count: 21,401  
Submission date: 16-Jun-2021 12:15PM (UTC+0700)  
Submission ID: 1607319125

  
Wakil Dekan Bidang Akademik,  
Dr. Phil I Ketut Gunawan, MA.  
NIP. 19631222 199002 1 001

eJournal Ilmu Komunikasi, 2021, 9 (2): 119-128  
ISSN Cetak 2502-5961, ISSN Online 2502-128, ejournal.ip.fisip-umul.org  
© Copyright 2021

### PENERAPAN DIGITAL INBOUND MARKETING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PT. COMTELINDO BALIKPAPAN DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN

Athaya Khairunnisa<sup>1</sup>, Fintah Fourqoniah<sup>2</sup>, Hairunnisa<sup>3</sup>

#### Abstrak

Saat ini, semua informasi yang ada di dunia ini 95% telah di digitalisasi dan dapat diakses di internet. Hal ini dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran untuk menarik maupun mempertahankan pelanggannya. Seperti yang dilakukan oleh PT. Comtelindo Balikpapan, salah satu perusahaan jasa layanan IT di Kota Balikpapan, Kalimantan Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis penerapan metode Digital Inbound Marketing sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu PT. Comtelindo Balikpapan dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.

Teori yang digunakan dalam mendukung metode Digital Inbound Marketing adalah Integrated Marketing Communication (IMC) dan Model Komunikasi AIDDA. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Jenis data yang disajikan yaitu observasi dan wawancara menggunakan data primer melalui sumber data key informan dan informan, data sekunder melalui sumber dokumen, e-journal, buku-buku, artikel dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis data kualitatif model interaktif (interactive model of analysis) yang dikembangkan oleh Miles & Huberman dengan fokus penelitian 3 elemen Digital Inbound Marketing.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa penerapan metode Digital Inbound Marketing pada PT. Comtelindo Balikpapan dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya melalui elemen Attract (menarik perhatian) dengan tools brosur digital, website, sosial media instagram, dan video youtube channel. Kemudian masuk pada tahapan elemen Engage (menjalinkan ikatan) melalui tools interactive & direct marketing, personal selling, e-mail marketing dan marketing automation. Tahapan yang terakhir yaitu elemen

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: athayachairunnisa21@gmail.com

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing 1 dan Staf Pengajar Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

<sup>3</sup> Dosen Pembimbing 2 dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman