**Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP**

# Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Gramedia Academy Dalam Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi

Muhammad Zulham

Deskripsi Lengkap: http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77052&lokasi=lokal

---

Abstrak

Di masa pandemic hampir semua aktivitas terhambat dan terbatas untuk mencegah penularan Covid-19 dan dengan keadaan demikian masyarakat beradaptasi dengan digital sebagai wadah berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan yang sepenuhnya dilakukan secara daring menjadikan Gramedia Academy meningkatkan pemasaran produk dan jasanya melalui media sosial. Pada masa pandemi Covid-19 diperlukan strategi yang tepat dalam memasarkan penjualan karena dalam strategi yang tepat akan mencapai target yang akan dituju dan dicapai.

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi dan informasi organisasi konteks komunikasi organisasi, serta beberapa konsep terkait penelitian ini Gramedia Academy. Penelitain ini mengaplikasikan deskriptif dengan metode deskriptif kualitatif yang dilakukan dengan pendekatan kualitatif pada penelitian ini metodologi dalam penelitian ini di susun berdasarkan paradigma konstruktivisme serta pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Berdasarkan analisis data yang telah diteliti, diperoleh kesimpulan bahwa Gramedia Academy yang merupakan lembaga pelatihan dan pengembangan diri telah menerapkan strategi komunikasi pemasaran sebagai cara meningkatkan penjualan di masa pandemi dengan beberapa tahap sebagai langkah tepat dalam penentuan bauran promosi komunikasi pemasaran terpadu. Dalam pelaksanaannya teori komunikasi pemasaran terpadu, teori informasi organisasi, dan konsep e-learning menjadi hal penting dalam strategi Gramedia Academy dalam memasarkan produk dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi.