

Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Sekuritas Saham di Masa Pandemi Gelombang 2 (Studi Pada PT Erdikha Elit Sekuritas)

Alif Marino Kurnia Akbar

Abstrak

Perkembangan komunikasi digital terutama di masa pandemi gelombang II memiliki peningkatan yang cukup pesat. Tetapi dalam hal ini, komunikasi digital tidak hanya digunakan sebagai media positif untuk berkomunikasi melalui perangkat media digital. Beberapa perilaku negatif seperti penipuan berkedok investasi dapat menyerang setiap individu yang menggunakan media digital sebagai platform komunikasi. Tentu ketertarikan akan investasi terutama di masa pandemi gelombang II menjadikan beberapa perusahaan salah satunya adalah PT Erdikha Elit Sekuritas sebagai perusahaan sekuritas saham yang kurang lebih telah 34 tahun berkecimpung di dunia pasar modal untuk melakukan strategi komunikasi pemasaran digital sebagai bentuk edukasi serta penyalur informasi mengenai produk dan jasa mereka agar mendapat calon nasabah potensial melalui media digital. Strategi komunikasi pemasaran digital yang dilakukan PT Erdikha Elit Sekuritas selama masa pandemi gelombang II ini dianalisis menggunakan model SOSTAC milik Paul R Smith.

Kata Kunci: Strategi komunikasi pemasaran digital, Pandemi Covid-19 gelombang II, Model SOSTAC.

Digital Marketing Communication Strategy for Stock Securities during the 2nd Pandemic Period (Study at PT Erdikha Elit Sekuritas)

Alif Marino Kurnia Akbar

Abstract

The development of digital communication, especially during the second wave of the pandemic, has increased quite rapidly. But in this case, digital communication is not only used as a positive medium to communicate through digital media devices. Some negative behaviors such as fraud under the guise of investment can attack any individual who uses digital media as a communication platform. Of course, the interest in investing, especially during the second wave of the pandemic, made several companies, one of which is PT Erdikha Elit Sekuritas, a stock securities company that has been involved in the world capital market for more or less 34 years to carry out a digital marketing communication strategy as a form of education as well as channeling information about products and services. their services to get potential customers through digital media. the digital marketing communication strategy carried out by PT Erdikha Elit Sekuritas during the second wave of the pandemic was analyzed using Paul R Smith's SOSTAC model.

Keywords: Digital marketing communication strategy, Covid-19 Pandemic wave II, SOSTAC Model.