

## **Analisis Integrasi Komunikasi Pemasaran Digital Media Lampung Post Dalam Keberagaman Informasi**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis integrasi sistem pemasaran secara digital melalui integrasi berbagai platform media yang dimiliki Lampung Post sebagai media konvergensi dengan melihat seberapa besar peran setiap platform di masyarakat seberapa jauh mitra melihat keberadaan Lampung Post dalam menjalin kerjasama dan memasarkan berbagai produk digital yang dimiliki guna saling menguntungkan antar pihak dari sisi bisnis maupun ketersediaan informasi secara digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan proses wawancara kepada narasumber ahli yang merupakan pihak eksternal pemangku kebijakan perusahaan, narasumber ahli yang merupakan oponent atau pihak eksternal perusahaan sebagai tolok ukur praktik lapangan sistem pemasaran Lampung Post, ditambah narasumber utama yang bergerak didalam perusahaan dan narasumber pendukung guna menambah kelengkapan data penelitian, disamping itu pengolahan data dilakukan melalui analisis SWOT dan analisis menggunakan matriks *boston consulting group (BCG)* untuk melihat perkembangan unit-unit bisnis yang dalam hal ini platform media. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa integrasi pemasaran digital media Lampung sudah dijalankan dengan menerapkan kesamaan porsi penawaran dalam proses pemasaran, namun, secara praktik tidak semua platform media Lampung Post dapat masuk ke semua lini bisnis maupun mitra, sehingganya perlu adanya pengembangan dan investasi lebih lanjut kepada platform prioritas dan melihat berbagai kondisi perkembangan pasar untuk media digital.

**Kata kunci :** Komunikasi pemasaran, pemasaran digital, analisis SWOT, Matriks BCG