

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

ABSTRAK

(A) Ivan Sebastian (915150184)

(B) Peran Interaksi Simbolik Dalam Perencanaan Komunikasi Pemasaran Selama Masa Pandemi (Studi Kasus BRE Global Edukasi dan Karir)

(C) L+50, Tabel 1, gambar 6, lampiran 5

(D) Advertising

Besarnya jumlah pengangguran di Indonesia sebagian besar awalnya didominasi oleh lulusan SMK, yang ke dua adalah lulusan SMA, dan yang ketiga merupakan lulusan Universitas. Pemerintah pun mendorong berbagai terobosan, salah satunya adalah melakukan pelatihan (training) atau magang (internship) untuk meningkatkan sumber daya manusia dan ketenaga kerjaan. BRE GLOBAL Edukasi dan Karir atau BRE Global adalah perusahaan yang bergerak di bidang Konsultan Edukasi sekaligus berperan dalam penyelenggaraan pelatihan dan magang ke luar negeri.

PT.BRE Global Edukasi dan karir merupakan konsultan yang bergerak di bidang edukasi, dimana para konsultan akan membantu mencari jalan keluar dan memberikan saran kepada para calon kandidat yang ingin pergi ke luar negeri baik untuk belajar atau pun bekerja melalui program pelatihan dan pembelajaran yang dimiliki oleh perusahaan melalui media sosial seperti Facebook dan Whatsapp sebagai media komunikasi. Penulis menggunakan metodologi kualitatif dengan strategi studi kasus dalam penelitian ini. Tujuan dari laporan ini adalah untuk mengetahui dan melihat bagaimana Interaksi Simbolik berperan dalam perencanaan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Konsultan Edukasi dari

PT.BRE Global Edukasi dan Karir dan kesimpulan dari penelitian ini BRE Global menggunakan 4 tahapan dalam perencanaan komunikasi pemasarannya yaitu periklanan, promosi, penjualan langsung dan pemasaran interaktif melalui media yang dilakukan antara konsultan dengan klien lalu di tambah dengan 5 perencanaan komunikasi dimulai dari Tujuan Bisnis, Strategi, Taktis, Monitoring dimana seluruh tahapannya mengandung Interaksi Simbolik.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Interaksi Simbolik, BRE Global Edukasi dan Karir.