

RINGKASAN EKSEKUTIF

PT. Learning Resources adalah sebuah perusahaan B2B yang berspesialisasi dalam solusi pelatihan dan pembelajaran, melakukan proses peningkatan proyek untuk mengatasi masalah pemasaran. Observasi serta wawancara kualitatif menunjukkan bahwa permasalahan yang signifikan, mendesak, penting, dan berpengaruh terhadap performa perusahaan adalah ketiadaan presensi digital PT. Learning Resources. Menggunakan metodologi analisis *fishbone* penulis menggunakan teori pemasaran digital, *Integrated Marketing Communications*, dan *Content Marketing* untuk mengidentifikasi akar penyebab yaitu tidak ada Pilar Konten dan Bank Konten. Hal ini krusial karena agar ada perbaikan presensi media sosial diperlukan produksi konten yang berkualitas dan reguler. Solusi yang diusulkan melibatkan menggunakan modal informasi PT. Learning Resources untuk mengembangkan pilar konten yang relevan dan bank konten yang ekstensif. Implementasi menghadapi tantangan karena pengambilan keputusan yang tidak konsisten dan waktu yang berlebihan dihabiskan dalam proses filter merek. Meskipun demikian, proyek ini mencapai tujuannya yaitu 100 pengikut dan 1000 *views* dalam periode *Project Improvement*, bahkan melampaui target tersebut dengan meraih 117 pengikut dan 1548 *views*. Dalam proses ini, berhasil menangkap perhatian target pasar yang relevan dengan industri yakni profesional dalam bidang *Learning and Development*, *Staff Human Resources* (HR), dan pengambil keputusan di berbagai perusahaan ternama. Ke depan, disarankan untuk memprioritaskan pemasaran konten, membuat bank konten, merampingkan pengambilan keputusan, dan memantau inisiatif pemasaran untuk pertumbuhan yang berkelanjutan.



Halaman ini sengaja dibiarkan kosong

EXECUTIVE SUMMARY

PT. Learning Resources is a B2B company specialized in training and learning solutions, undergoing a project improvement process to address marketing issues. Observations and qualitative interviews indicate that a significant, urgent, important, and performance-affecting problem faced by the company is the lack of digital presence for PT. Learning Resources. Using fishbone analysis methodology, the author utilizes theories of digital marketing, Integrated Marketing Communications, and Content Marketing to identify the root causes, namely the absence of Content Pillars and a Content Bank. This is crucial as the enhancement of social media presence necessitates the production of quality and regular content. The proposed solution involves leveraging PT. Learning Resources' information assets to develop relevant Content Pillars and an extensive Content Bank. Implementation faces challenges due to inconsistent decision-making and excessive time spent in brand filtering processes. Nevertheless, the project achieves its goal of reaching 100 followers and 1000 views during the Project Improvement period, in fact surpassing said goals and gaining 117 followers and 1548 views instead. Throughout this process, the project successfully captures the attention of a relevant target market within the industry, including professionals in Learning and Development, Human Resources (HR) staff, and decision-makers in various renowned companies. Looking ahead, it is recommended to prioritize content marketing, establish a Content Bank, streamline decision-making, and monitor marketing initiatives for sustainable growth.