



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Bidang Studi Advertising and Marketing Communication
Karina Chairunnisa
44313110111

**Strategi Con-Merce pada Startup Bisnis Asisten Pribadi Virtual dalam
Membangun Brand Awareness di Jakarta Tahun 2015
(Studi Kasus pada website www.yesbossnow.com)**

ABSTRAK

Fokus dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi *conversational commerce* (*Con-Merce*) pada startup bisnis asisten pribadi virtual Yesboss sebagai strategi untuk membangun brand awareness.

Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena *conversational commerce* sendiri merupakan tren baru dikalangan bisnis berbasis internet yang sedang booming di Indonesia. Melalui penelitian ini, peneliti ingin mendapatkan gambaran mengenai bagaimana konsep *conversational commerce* itu diterapkan pada suatu startup bisnis dan dalam membangun brand awareness masyarakat pada brand tersebut.

Dengan menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif dan metode studi kasus, peneliti diharapkan mampu memperoleh gambaran mengenai strategi Con-Merce pada bisnis startups asisten pribadi virtual Yesboss dalam membangun Brand Awareness.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebagai perusahaan startup, Yesboss memiliki strategi yang unggul dengan memanfaatkan konsep *conversational*nya dalam membangun Brand Awareness.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, *e-commerce*, *conversational commerce*, asisten pribadi virtual, *startups*, *brand awareness*, Yesboss