Universitas Mercu Buana
Faultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication
Wisnu Muhamad
44311120108

Strategi Promosi PT. Onda Shunlee Indonesia (Le Chateau Living) Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness

Jumlah Halaman : viii + 108 Halaman + 6 Lembar Lampiran

Bibiliografi : 31 Acuan,Tahun 2001 – 2015

ABSTRAK

Berkembangnya media sosial online saat ini khususnya instagram, tentunya membuka kesempatan bagi perusahaan-perushaan untuk dapat melakukan kegiatan promosi produk-produk mereka dengan cepat, mudah dan luas. Le Chateau Living menggunakan Instagram sebagai media promosi dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada konsumennya mengenai keunggulan maupun mafaat produk-produk mereka sehingga konsumen dapat mengetahui manfaat dan keunggulan dari produk yang di publish di Instagram.

Dalam Penelitian ini, teori yang digunakan mengacu pada teori Amstrong dan Kottler (2004:74) *e- marketing is the marketing side of e-commerc, it conssiit consists of company efforts to communicate about, promote and sell products and services over the internet*. E-Marketing adalah sisi pemasaran dari E-Commerce , yang merupakan kerja dari perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan barang dan jasa melalui internet.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus merupakan strategi penelitian di mana di dalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu. Kasus-kasus dibatasi oleh waktu dan aktivitas, dan peneliti mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan.

Hasil penelitian menyatakan bahwa mengunakan Instagram untuk media promosi dikatakan sebagai strategi positif dengan dukungan brand image yang mendukung serta dengan dukungan bauran pemasaran lainnya yang kuat maka jika di lakukan dengan konsisten dan sistematis dapat terus meningkatkan brand awareness perusahaan di mata pelanggan sesuai dengan yang di harapkan.

https://lib.mercubuana.ac.id/

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'aalaamiin. Dengan segala kerendahan hati penulis panjatkan puji dan syukur kehadirat Allah ﷻ atas limpahan nikmat, rahmat serta karunia-Nya yang diberikan kepada penulis, terutama nikmat iman dan nikmat Islam, nikmat sehat *wal'afiat* serta nikmat panjang umur, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Strategi Promosi PT. Onda Shunlee Indonesia (Le Chateau Living) Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness" dengan baik sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana Jakarta.

Shalawat serta salam tidak lupa penulis curahkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad ﷺ beserta keluarga, sahabat dan para pengikut-Nya yang telah mengantarkan umat manusia dari peradaban hidup yang *jahiliyah* menuju pada peradaban hidup yang modern, yang penuh dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi seperti yang dirasakan pada saat ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya kontribusi dari banyak pihak yang telah dengan tulus hati memberi bantuan, baik itu melalui kata-kata ataupun nasihat serta motivasi berupa semangat. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan rasa terima kasih disertai penghormatan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Allah ﷻ yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini, tanpa ridho dan berkah-Nya semua ini sulit terjadi.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2. Rika Yessica Rahma, M.Ikom selaku dosen pembimbing skripsi dan penguji dalam ujian skripsi yang telah bersedia memberikan waktunya yang sangat berharga untuk membimbing penulis selama menyusun skripsi.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Kaprodi Marcomm and Advertising yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk dapat studi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dewi Sad Tanti, M.Ikom selaku Sekprodi yang telah memberikan dukungan, kritik, saran dan bantuan sehingga penulis bias menyelesaikan studi di Universitas Mercu Buana
5. Seluruh Dosen Fikom Universitas Mercubuana Jakarta yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis selama dalam masa perkuliahan.
6. Seluruh staf dan karyawan Universitas Mercubuana Jakarta yang telah memberikan bantuan dan berbagai fasilitas yang diperlukan kepada penulis.
7. Kedua orang tua, Ayahanda Abdul Rosid dan Ibunda Sumiati serta Istri Tercinta Indah Risyani yang memiliki peran penting dan tak terkira, yang telah memberikan do'a tulus ikhlas, kasih sayang, perhatian, motivasi, dan saran, serta dukungan moril kepada penulis.
8. Semua sahabat angkatan 2011 sampai dengan 2016.
9. Semua Staff PT. Onda Shunlee Indonesia khusnya Ibu Pamela Yulianti General Manager yang telah memberikan keleluasaan dalam penyelesaian skripsi ini, semuanya, terima kasih karena sudah sangat membantu dan kooperatif selama masa penyusunan skripsi ini.
10. Dan semua pihak yang turut memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini yang dengan rendah hati penulis mohon maaf tidak dapat menyebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, dikarenakan terbatasnya ilmu dan pengetahuan yang penulis miliki. Maka dari itu, penulis

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id/

menerima segala bentuk masukan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Jakarta, 30 Agustus 2018

Wisnu Muhamad

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://lib.mercubuana.ac.id/