



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI MARCOMM & ADVERTISING

Fransiska Virginia (44309110016)

Strategi Promosi Bella Donna Group dalam meningkatkan jumlah member website DuniaWedding.com periode 2011.

94 Hal + Surat Keterangan Penelitian + 8 lampiran

Bibliografi : 24 buku (tahun 1997 - 2009) dan 3 artikel di website

ABSTRAKSI

Penelitian ini membahas mengenai Strategi Promosi Bella Donna Group dalam meningkatkan jumlah member website DuniaWedding.com. Website DuniaWedding.com diharapkan mampu memberi keuntungan bagi Bella Donna Group. Untuk memperoleh keuntungan dari sebuah website yang sebelumnya tidak diperhatikan, pertama-tama yang harus dilakukan adalah meningkatkan jumlah member website.

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan Bella Donna Group dalam meningkatkan jumlah member website DuniaWedding.com pada periode 2011, dimulai dari proses perencanaan promosi yang efektif dan efisien dengan menggunakan analisis situasi kemudian pelaksanaan promosi dengan menggunakan bauran promosi sampai pada pengendalian yang berdampak dalam meningkatnya jumlah member website.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dan sifat penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dimana teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Gambaran maupun uraian mengenai strategi promosi disajikan sebagaimana adanya yang didapatkan dilokasi penelitian, dimana hasil penelitian tersebut menekankan pada pemberian gambaran secara *objective* mengenai keadaan yang sebenarnya dari obyek yang diteliti.

Melalui wawancara mendalam terhadap narasumber dan pembahasan dengan analisis SWOT, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh website DuniaWedding.com mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan dengan menggunakan hampir semua bauran promosi dinyatakan cukup efektif terutama melalui promosi offline dengan mengikuti event-event Bella Donna Group. Hal tersebut ditandai dengan meningkatnya jumlah member website.