



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

SURI TASYA CINDAR BUMI

44313010006

STRATEGI PROMOSI TRAVELMIE MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN DI TAHUN 2015
Jumlah Halaman : x Halaman +
110 Halaman Bibliografi : 27 Buku, 4 Artikel Internet

ABSTRAK

Kreativitas saat ini sangat dibantu dengan media sosial yang dapat menambah keefektifan pemasaran dengan memasang foto produk yang ditawarkan. Instagram sebagai salah satu media sosial yang diminati karena memang memudahkan pengikutnya mengetahui update terbaru dari akun instagram lainnya. Perkembangan bisnis di bidang kuliner sangat cukup signifikan beberapa tahun belakangan ini, salah satunya TravelMie yang hadir dengan konsep camping dan menu makanan yang unik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui promosi TravelMie dalam upaya meningkatkan jumlah konsumen.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori Strategi Promosi, STP, Media Sosial. Metode yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan sifat penelitian deskriptif dan pendekatan kualitatif, dan teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam serta studi pustaka. Peneliti menyajikan gambaran maupun uraian mengenai strategi promosi sebagaimana adanya yang didapatkan dari hasil penelitian

Hasil penelitian membahas mengenai strategi promosi TravelMie melalui sosial media instagram dalam meningkatkan jumlah konsumen. Dalam sebuah strategi promosi, diperlukanlah sebuah rancangan yang telah disiapkan dengan menganalisa faktor yang berhubungan dengan tujuan dengan pesan atau kegiatan tersebut. Strategi yang digunakan harus sesuai dengan kondisi lingkungan yang ada, inilah yang dilakukan oleh tim TravelMie. Utamanya promosi TravelMie untuk menginformasikan, membujuk, mengingatkan, menambah nilai, mendampingi upaya upaya lain dalam perusahaan seperti yang disebutkan apa fungsi promosi itu, dan jika semua telah berjalan maka terjadilah pemasukan untuk TravelMie.