



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Putri Kurniawaty Rahim
44314010034

Implementasi Strategi Promosi Mac Bear Melalui Media Sosial Dalam Meraih Konsumen Tahun 2017

Jumlah Halaman : xiv + 125 halaman + 40 lampiran
Bibliografi : 29 Buku, 1 Jurnal, 14 Artikel Internet

ABSTRAK

Perkembangan teknologi kini menjadi pendorong serta berperan penting bagi para pelaku usaha khususnya umkm saat ini. Pemilihan media yang tepat saat ini adalah media-media yang mampu berinteraksi secara langsung, salah satu contohnya yaitu media sosial. Adanya pemasaran online yang dilakukan melalui media sosial menjadikan teknik komunikasi pemasaran memudahkan perusahaan untuk dapat dengan mudah mencapai target sasaran di berbagai belahan dunia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi dari strategi promosi Mac Bear melalui media sosial dalam meraih calon konsumen.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori strategi promosi, yang dikemukakan oleh Lamb Hair, Mc Daniel dalam buku Pemasaran yang diterjemahkan oleh David Octarevia dan teori *digital marketing* yang dikemukakan oleh Coviello, Nicole., Roger Milley., and Barbara Marcolin dalam jurnalnya yang berjudul *Interactive Marketing*. Yang mana dalam menganalisis *digital marketing*, peneliti menggunakan model *SOSTAC* yang dikemukakan oleh *PR. Smith*, serta model *AISAS* yang dikembangkan oleh Dentsu.

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif-kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melewati wawancara mendalam dan studi pustaka.

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa Implementasi strategi promosi yang dilakukan oleh Mac Bear melalui media sosial telah berhasil meraih calon konsumen untuk melakukan pembelian sehingga berdampak baik terhadap penjualan produk Mac Bear.

Kata Kunci : Implementasi Strategi Promosi, Media Sosial, Konsumen