



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**Firda Nida Fauziyyah
44315120039**

**STRATEGI PROMOSI ONLINE GOAPOTIK DALAM MEMBANGUN KESADARAN
MERK KHALAYAK TAHUN 2017**

Jumlah halaman : xiii + 108 + 9 lampiran

Bibliografi: 22 Acuan, Tahun 2007-2016

ABSTRAK

Strategi promosi adalah mencari peluang-peluang yang menarik dan mengembangkan promosi yang menguntungkan. Tugas dari bagian promosi tidak hanya merumuskan strategi pokok untuk mencapai sasaran-sasaran promosi saja, tetapi juga menyusun rencana pendukung bauran promosi. GoApotik merupakan apotik online yang berdiri sejak 2015. GoApotik juga apotik online yang tidak hanya obat-obatan saja melainkan menjual alat kesehatan, produk kecantikan serta kebutuhan bayi dan anak.

Peneliti menggunakan teori Lingga Purnama strategi promosi adalah tindakan perencanaan, implementasi, dan pengendalian, komunikasi dari organisasi kepada pelanggan dan audiens sasaran lainnya. Strategi promosi mengkombinasikan periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, publisitas, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung dalam suatu program dan koordinasi untuk

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi online GoApotik dalam membangun kesadaran merek khalayak tahun 2017. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan teknik wawancara mendalam menggunakan pedoman wawancara, serta observasi di lapangan, mencari data dilapangan dan pengumpulan data-data tertulis.

Hasil penelitian ini berisi mengenai strategi promosi online yang digunakan oleh GoApotik dalam membangun kesadaran merk khalayak tahun 2017 yaitu dengan menggunakan promosi online melalui dua channel platform, yaitu facebook ads dan google ads yang didukung dengan kegiatan promosi offline yaitu event.

Kata Kunci: strategi komunikasi pemasaran, strategi promosi