



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communications and Advertising
Anju Marzuki Manurung
44314110053

Implementasi Strategi Promosi Lazada Dalam Meningkatkan Pengunjung Pada Harbolnas Bulan Desember 2017 Di Media Social Facebook.

Jumlah halaman : vii + 97 halaman + 13 lampiran

Bibliografi : 21 acuan, Tahun 2003 – 2015

Kata kunci: *Media Sosial Facebook, Strategi Pemasaran, strategi Promosi*

ABSTRAK

Strategi Promosi melalui media sosial menjadikan sebuah gebrakan baru dalam dunia pemasaran perusahaan. *Facebook* memiliki kemampuan interaktif seperti media sosial lainnya sehingga *Facebook* terbilang lebih unggul dibanding media tradisional yang hanya bersifat satu arah dalam menyampaikan pesan komunikasinya. Banyak perusahaan melihat perkembangan media sosial yang begitu pesat sebagai peluang untuk memasarkan produk mereka ke masyarakat dengan jangkauan yang lebih luas. Salah satu perusahaan yang menggunakan media sosial *Facebook* untuk Melakukan Promosi Dalam Meningkatkan jumlah Pengunjung *Lazada.co.id* pada saat HARBOLNAS .

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui Bagaimana Strategi Promosi *Lazada.co.id* melalui media sosial *Facebook* untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung di *Lazada.co.id* bulan desember tahun 2017.

Pada penelitian ini konsep penelitian yang digunakan adalah Strategi Promosi dan Teori New Media yang berkaitan dengan Strategi Promosi *Lazada.co.id*.

Dalam penelitian ini tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian Deskriptif-Kualitatif dengan teknik analisa data dengan cara melakukan wawancara mendalam yang diperoleh dari beberapa sumber dan pengumpulan data *Lazada.co.id*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan dan diolah oleh peneliti, maka dapat diketahui, ada beberapa tahapan Strategi Promosi yang dilakukan *Lazada.co.id* dalam mendorong konsumen melakukan kunjungan Ke Website *Lazada* pada saat HARBONAS di bulan Desember 2017 .