



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi *Digital Adv & Marcomm*
Ahmad Hasan Zaini
44312120021

Strategi Promosi Biro Perjalanan Umrah Melalui *Social Media Advertising*
Dalam Meningkatkan Awareness
Page Pages: 70 pages, + 31 lampiran
Bibliography: 35 referensi, 2010-2017

ABSTRAK

Social media dengan kecepatan perkembangannya yang luar biasa, menjadi titik baru untuk bagaimana manusia berkomunikasi dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari termasuk bisnis. Keharusan untuk terus beradaptasi dan melihat kesempatan serta kekuatan yang ada pada *social media* inilah yang akhirnya membuat perusahaan mulai untuk menggunakannya sebagai alat dan media baru untuk mengaplikasikan strategi promosi, mengintegrasikan dengan media tradisional, yang dapat membantu untuk mencapai tujuan dan objektif perusahaan.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan PT. Permata Bakkah Mukaromah melalui *social media advertising* dalam meningkatkan *awareness* dengan menggunakan landasan teori tentang strategi promosi yang ada didalam buku Philip Kotler yaitu Manajemen Pemasaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber dan observasi langsung dilapangan.

Hasil penelitian ini membahas mengenai strategi promosi yang dilakukan PT. Permata Bakkah Mukaromah melalui *social media advertising* dalam meningkatkan *awareness* mulai dari bagaimana menentukan tujuan promosi, pemilihan media promosi, implementasi dan monitoring pelaksanaan, hingga pada tahap evaluasi. Dengan demikian, peneliti mampu memperoleh hasil dari strategi promosi yang dilakukan PT. Permata Bakkah Mukaromah melalui *social media advertising* dalam meningkatkan *awareness*.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Strategi promosi *online* dapat berjalan dengan baik apabila perusahaan Mukaromah mau melakukan *campaign* berbayar. Untuk meningkatkan *brand awareness* perusahaan perlu upaya yang optimal dengan melakukan strategi promosi yang terintegrasi, dengan memadukan strategi promosi *offline* yang didukung dengan strategi *online* yang tepat.



Mercu Buana University
Faculty of Communication
Digital Adv and Marketing Communication
Ahmad Hasan Zaini
44312120021

Strategi Promosi Biro Perjalanan Umrah Melalui *Social Media Advertising*
Dalam Meningkatkan Awareness
Page Pages: 70 pages, + 31 dates
Bibliography: 35 references, 2010-2017

ABSTRACT

Social media with tremendous rapid development, becomes a new point for how humans communicates and implements in their daily lives including at business sector. The necessity to adapt and sees the opportunities and strengths that exist in social media is the keyswhy the company start to use them as new tools and media to apply the promotion strategies, integrates with traditional media, which can help to achieve the company's goals and objectiveness.

This research was implemented aiming to figure out the promotion strategies conducted by PT. Permata Bakkah Mukaromah through social media advertising in increasing awareness by using basic theoretic of the promotion strategies which exist in Philip Kotler's book named Marketing Management. This study uses a qualitative approach with descriptive research types. The kind of research method which applied is case study by conducting in-depth interviews with respondents and observing directly in the field.

The results of this study is discuss concerned to the promotion strategies conducted by PT. Permata Bakkah Mukaromah through social media advertising in increasing awareness, how to determine promotion's objectivity, selection of promotion media, implementing and monitoring the promotion implementation till the evaluation phase. Therefore, the researcher is able to obtain the results from the promotion strategies conducted by PT. Permata Bakkah Mukaromah through social media advertising in increasing the consumer awareness concerned to the company's existence.

This study concludes that online promotion strategies can running properly if PT. Permata Bakkah Mukaromah brave to do the commercial campaigns. To increase the brand awareness, the company have to strivethe optimal effort by implementing an integrated promotion strategy, by combining offline promotion strategies supported by the right online strategy.