Universitas Mercu Buana
Faklutas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Rajiv Amanullah Akram
44317120053

Evaluation : Evaluasi Kampanye Digital CIAYO Comics PLUS+ Periode 28 Februari – 28 Mei 2019 Pada Keinginan Berlangganan Pengguna Baru
Pages : viii+73 Pages, 14 Enclosur
Bibliografi : 34 *reference*

Komunikasi pemasaran adalah hal yang sangat diperlukan bagi sebuah produk atau kamppanye bahkan bagi sebuah perusahaan, hal ini berguna untuk menjadikan sebuah produk menjadi lebih komunikatif dan memberi perasaan yang lebih untuk para calon pengguna produk atau targert sebuah perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menjadikan elemen evaluasi menjadi suatu acuan untuk menjadikan kampanye promosi digital lebih baik dan untuk mengetahui hasil promosi digital kampanye promosi digital CIAYO Comics periode 28 Februari – 29 Mei 2019 pada peningkatan berlangganan CIAYO Comics PLUS+ di media Facebook.

Evaluasi memiliki beberapa instrument yang menjadi dasar untuk mencapai tujuan evaluasi agar bisa terlihat hasil kedepannya. Mencakup bagaimana kampanye ini berjalan dan bagaimana komunikasi antara department berjalan serta media apa yang digunakan dan bisa menjadi acuan dalam menjalankan promosi kedepannya, hal ini sangatlah penting untuk menjadikan promosi ini berjalan dengan baik untuk mengetahui apakah kampanye ini berhasil atau tidaknya bisa dilihat dari evaluasi tersistematis.

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian evaluative. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan data premier melalui wawancara mendalam, observasi dan data sekunder dalam bentuk studi kepustakaan berupa buku observasi dan data sekunder dalam bentuk studi kepustakaan berupa buku rujukan penelitian yang relevan, internet dan dokumentasi. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber data.

Evaluasi kampanye digital CIAYO Comics PLUS+ periode 28 Februari – 28 Mei 2019 pada peningkatan berlangganan, sangatlah menarik karena peneliti melihat bahwa suatu kampanye bisa dikatakan berhasil bukan karena dari target yang tecapai melainkan juga dalam proses evaluasi yang bisa menjadi acuan dalam kampanye selanjutnya. Media yang digunakan adalah Facebook dilihat menambah keunikan objek dikarenakan bisa menjadi bahan untuk perusaahan agar bisa menggunakan media lain sebagai pendukung media promosi lainnya seperti penggunaan penganjur atau yang bisa dibilang *endorser* dalam mengkomunikasikan produk CIAYO Comics kedepannya.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Evaluasi, Komik CIAYO

https://lib.mercubuana.ac.id/

University Mercu Buana
Faculty of Communication
Program Study Advertising & Marketing Communication
Rajiv Amanullah Akram
44317120053

Evaluation : Digital Campaign Evaluation of CIAYO Comics PLUS+ Period 28 February – 28 May 2019 Through Facebook Advertising Wanting to Subscribe New Users
Pages : viii+73 Pages, 14 Enclosur
Bibliografi : 34 *reference*

Marketing communication is indispensable for a product or campaign even for a company, it is useful to make a product more communicative and give more feelings to prospective product users or target a company. This research aims to make the evaluation element become a reference to make digital promotion campaigns better and to find out the results of digital promotions CIAYO Comics digital promotion campaign period 28 February - 29 May 2019 on increasing subscription to CIAYO Comics PLUS + on Facebook media.

Evaluation has several instruments which are the basis for achieving evaluation objectives so that results can be seen in the future. Including how this campaign is running and how communication between the department is running and what media are used and can be a reference in carrying out future promotions, this is very important to make this campaign run well to find out whether this campaign is successful or not can be seen from systematic evaluation.

This study uses an evaluative research paradigm. The research approach used is a qualitative approach. Data collection techniques using premier data through in-depth interviews, observation and secondary data in the form of literature studies in the form of observation books and secondary data in the form of literature studies in the form of relevant research reference books, the internet and documentation. The data validity checking technique uses triangulation of data sources.

The evaluation of the CIAYO Comics PLUS + digital campaign for the period of 28 February - 28 May 2019 on increasing subscriptions, is very interesting because researchers see that a campaign can be said to be successful not because of the targets achieved but also in the evaluation process that can become a reference in subsequent campaigns. The media used is Facebook seen adding to the uniqueness of the object because it can be a material for the company to be able to use other media to support other promotional media such as the use of advocates or arguably endorsers in communicating CIAYO Comics products going forward.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Evaluations , CIAYO Comics

https://lib.mercubuana.ac.id/