



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication
Johannes Billy
44313010019

Perancangan Dan Produksi Konten Kreatif Media Daring Untuk Promosi Duta Parfume
Bibliografi: 5 Bab 82 hal + 17 Gambar + 2 Tabel + 12 Buku + 9 Jurnal + 5 Internet

ABSTRAK

Salah satu toko yang menjual produk parfum adalah Duta Parfume. Duta Parfume merupakan supplier yang menyediakan keperluan bagi konsumen dan juga retailer. Dalam melakukan penjualan, Duta Parfume membutuhkan divisi marketing untuk memasarkan produk dan meningkatkan penjualan. Strategi pemasaran yang digunakan Duta Parfume saat ini untuk memasarkan produknya antara lain personal selling, melalui media sosial Facebook, website, dan Blog.

Banyak yang memanfaatkan media sosial dan e-commerce sebagai alat andalan dalam menjalankan usahanya. Sebanyak 45% pengguna internet di Indonesia mengunjungi berbagai toko daring dan 40% melakukan pembelian produk atau jasa secara daring. Melihat banyaknya peluang maka kami ingin sekali memberikan bantuan dalam hal pemasaran di media daring. Bantuan diberikan kepada Duta Parfume berupa pengelolaan akun Instagram, Facebook dan Shopee. Secara berkala kami akan melakukan posting dan update melalui akun yang akan kami buat. Dengan adanya e-commerce maka penjualan dapat dilakukan secara online dan meningkatkan hasil penjualan.

Dengan menggunakan Big Idea “Wangi Setiap Waktu” maka produksi konten dibuat berupa posting pada sosial media Instagram dan Facebook. Posting berupa foto produk dan didesain sesuai dengan tema yang sudah ditentukan. Katalog Shopee dibuat berupa foto- foto produk. Promosi secara offline dilakukan dengan membuat desain banner yang ditempatkan di depan toko, serta flyer yang ditempatkan di dalam toko.

Kata Kunci : Pemasaran, Media Online, Media Sosial