



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising And Marketing Communication
Nurul Emilia Syari
44316010009

Perancangan Strategi Promosi Media Online “Dis Is Taichan” untuk mendukung dalam proses peningkata minat beli UKM Dis Is Taichan

Bibliografi : 6 Bab 131 hal + Lampiran +1 Buku +5 Internet+ 14 Jurnal

ABSTRAK

Perancangan Strategi Promosi Media Online “Dis Is Taichan” untuk mendukung dalam proses peningkata minat beli UKM Dis Is Taichan. Saya mengambil topik tersebut Karena Dis Is Taichan merupakan Brand yang belum di ketahui serta kurangnya minat beli dari konsumen. Oleh karena itu Strategi promosi yang akan di dapat melalui penggunaan media online yang dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Perancangan Strategi dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Tugas seorang perancang strategi adalah merancang seluruh kegiatan yang akan di lakukan oleh team dan apa saja rangkaian strategi yang akan di lakukan untuk memudahkan creative dan juga media planner.

Perancangan Strategi media online yang akan di lakukan adalah memilih media yang paling efektif yaitu media sosial Instagram yang akan di gunakan sebagai sarana penyebaran promosi setiap 3 kali dalam seminggu serta penggunaan Aplikasi Gofood dan Grabfood yang nanti akan membantu meningkatkan awareness dan juga tujuan utama yaitu meningkatkan Minat beli konsumen.

Kata kunci : Strategi, Minat Beli, Awareness.