



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Sury Viyanti
44318110058

Analisis Strategi Pemanfaatan Media Digital Dalam Komunikasi Pemasaran
Produk UMKM Dimsum-mix
Bibliografi : 5 Bab 76 Halaman + 2 Lampiran + 31 Buku + 4 Internet

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh UMKM Dimsum-mix dalam upaya untuk meningkatkan pemasaran dan pengembangan melalui pemanfaatan media digital dalam memasarkan produknya.

Komunikasi pemasaran Komunikasi pemasaran adalah sarana dimana suatu perusahaan berusaha untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kepada konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Menurut Fitriah (2018: 6) bahwa komunikasi pemasaran adalah sebagai sarana kegiatan untuk menyampaikan pesan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam melakukan penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi, serta mengumpulkan data-data sekunder berupa gambar dari pihak-pihak terkait.

Hasil dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran melalui pemanfaatan media digital, UMKM Dimsum-mix dapat bertahan serta meningkatkan pemasaran dan juga dapat memperluas pangsa pasar, memberikan efisiensi bisnis, dengan media digital biaya operasional dapat terkendali, dan tidak terbatas ruang dan waktu. Seiring dengan perkembangan teknologi, pemanfaatan media digital menjadi sebuah kebutuhan yang harus dipenuhi.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, UMKM, Media Digital



Mercu Buana University
Communication Faculty
Study Program Advertising & Marketing Communication
Sury Viyanti
44318110058

Strategy Analysis of Digital Media Utilization in Marketing Communication for MSME Products Dimsum-mix

Bibliografi : 5 Bab 76 pages + 2 Attachment + 31 Books + 4 Internet Articles

ABSTRACT

This study aims to determine and describe how the marketing communication strategy used by Dimsum-mix SMEs in an effort to improve marketing and development through the use of digital media in marketing their products.

Marketing communication Marketing communication is a means by which a company seeks to inform, persuade, and remind consumers directly or indirectly about the products and brands being sold. According to Fitriah (2018: 6) that marketing communication is a means of activity to convey messages with the aim of meeting consumer needs.

The paradigm used in this research is constructivism. This research is descriptive with a qualitative approach. Data collection techniques in conducting this study used interviews and observations, as well as collecting secondary data in the form of images from related parties.

The results of the study, it can be concluded that in carrying out a marketing communication strategy through the use of digital media, Dimsum-mix SMEs can survive and increase marketing and can also expand market share, provide business efficiency, with digital media operational costs can be controlled, and are not limited to space and space. time. Along with the development of technology, the use of digital media has become a necessity that must be met.

Keywords : Marketing Communication, MSME, Digital Media