



Nama : Leanera Yola Annisa
NIM : 44518010014
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Komunikasi
Judul : PENGELOLAAN E-COMMERCE DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS UMKM SEVENDOR.ID
Bibliografi : 5 BAB 66 Hal + Lampiran + 2 Buku + 3 Jurnal + 12 Penelitian Ilmiah

ABSTRAK

Media sosial memungkinkan penggunanya untuk saling berinteraksi dan juga bertukar informasi. Dengan adanya media sosial penyampaian informasi tidak hanya terjadi dalam satu arah, namun terjadi dalam dua arah. Pada saat ini media sosial bukan hanya sebatas tempat untuk berinteraksi dan juga bertukar informasi, namun juga untuk melakukan aktivitas bisnis. Tujuan perancangan ini untuk meningkatkan promosi dan penjualan dalam media sosial, dengan bantuan aplikasi shopee diharapkan akan memperluas penjualan brand sevendor.id, karena shopee merupakan salah satu marketplace online yang sudah masuk ke indonesia pada tahun 2015. Dengan program ini, diharapkan akan membantu Sevendor dalam upaya membangun brand awareness dengan merancang konten media digital Shopee untuk Sevendor.Id. Terdapat dua teori yang digunakan dalam perancangan ini, yaitu AISAS Model dan SWOT. AISAS Model ialah proses seseorang konsumen yang memperhatikan produk, layanan, atau iklan (*Attention*) dan menimbulkan ketertarikan (*Interest*) sehingga muncul keinginan untuk mengumpulkan informasi (*Search*) tentang barang tersebut. Sedangkan SWOT adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis.

Kata kunci: *E-commerce, Brand Awareness, Shopee, AISAS, SWOT*



Name : Leanera Yola Annisa
NIM : 44518010014
Faculty : Communication
Field of Study : Digital Communication
Title : MANAGEMENT OF E-COMMERCE IN BUILDING BRAND AWARENESS UMKM SEVENDOR.ID
Bibliography : 5 CHAPTER 66 Pages + Appendix + 2 Books + 3 Journals + 12 Scientific Research

ABSTRACT

Social media allows its users to interact with each other and also exchange information. With social media, the delivery of information does not only occur in one direction, but occurs in two directions. At this time, social media is not only a place to interact and exchange information, but also to carry out business activities. The purpose of this design is to increase promotion and sales on social media, with the help of the shopee application it is hoped that it will expand sales of the sevendor.id brand, because shopee is one of the online marketplaces that has entered Indonesia in 2015. With this program, it is hoped that it will help Sevendor in efforts to build brand awareness by designing Shopee digital media content for Sevendor.Id. There are two theories used in this design, namely the AISAS Model and SWOT. The AISAS Model is the process of a consumer paying attention to a product, service or advertisement (Attention) and generates interest (Interest) so that a desire arises to gather information (Search) about the item. SWOT is a strategic planning method used to evaluate strengths (strengths), weaknesses (weaknesses), opportunities (opportunities), and threats (threats) in a project or a business speculation.

Keywords: E-commerce, Brand Awareness, Shopee, AISAS, SWOT.