



Universitas Mercubuana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Marketing Komunikasi & Periklanan

Dave Cedric
44317120007

Media Placemen Promosi Penjualan The Koffee Bar Melalui Media Sosial Instagram
(Januari – Juni 2021)

Bibliografi : 6 Bab 65 Hal + Lampiran + 11 Buku + 15 Internet

ABSTRAK

Laporan Tugas Akhir Peduli Negeri ini dibuat bertujuan untuk membantu mitra Usaha The Koffee Bar yang berlokasi di Jakarta Barat, dalam pembuatan konten media sosial instagram. Kegiatan pendampingan ini berlangsung selama 6 bulan (Januari – Juni 2021).

Metode yang digunakan dalam Tugas Akhir Peduli Negeri ini adalah observasi langsung, diskusi, praktek, dan simulasi. Sebelum melakukan pendampingan penempatan media dan mengapa menggunakan Instagram sebagai instrument marketing agar The Koffee Bar tersebut mengetahui kapan waktu yang baik dalam posting serta dalam pembuatan campaign yang menarik untuk meningkatkan awarenes. Selain itu pembuatan iklan dan linktree untuk menunjang keberlangsungan daripada The Koffee Bar.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Coffee Shop, Social Media, Awareness

MERCU BUANA



*Faculty of Communication Science
Mercu Buana University
Advertising and Marketing Communication Study*

Dave Cedric

44317120007

Media Placement for Sales Promotion The Koffee Bar at Instagram Social Media (January – June 2021)

Bibliography : 6 Chapter 65 Pages + Attachment + 11 Books + 15 Internet

ABSTRACT

This Peduli Negeri Final Project report was created to help business partners of The Koffee Bar, located in West Jakarta, in creating Instagram social media content. This mentoring activity lasts for 6 months (January – June 2021).

The method used in this State Care Final Project is direct observation, discussion, practice, and simulation. Before assisting with media placement and why using Instagram as a medium so that The Koffee Bar marketing knows when it's a good time to post and create interesting campaigns to raise awareness. In addition, the creation of advertisements and linktrees to support the sustainability of The Koffee Bar.

Keywords: Promotion Strategy, Coffee Shop, Social Media, Awareness