

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Strategi Komunikasi Pemasaran Provider by.U Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Pada Masa Pandemi 2020

M Dimas Alamsyah

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=74733&lokasi=lokal>

Abstrak

Seperti diketahui bersama bahwa tawaran produk saat ini sangatlah beragam dan banyak, tidak terkecuali provider by.U yang harus bersaing dengan provider- provider yang sebelumnya sudah banyak dikenal orang. Komunikasi pemasaran (Marketing Communication) adalah usaha yang dilakukan untuk menginformasikan, membujuk, mengingatkan atau menyampaikan kepada publik (konsumen) mengenai keberadaan produk maupun jasa yang dijual dan beredar di pasar agar dikenal, dibeli kemudian menjadi pelanggan

Teori yang digunakan adalah teori intregasi informasi. Peneliti menggunakan teori ini untuk menjelaskan bagaimana strategi komunikasi pemasaran provider by.U dalam meningkatkan minat konsumen pada masa pandemic 2020 dan menggunakan model komunikasi Shannon dan Weaver. Penelitian ini menggunakan Penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif serta metode studi kasus, pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dengan menggunakan teori seperti organisasi informasi dan jenis penelitian yang berbeda seperti kuantitatif yang memiliki variable lebih banyak dari pada penelitian sebelumnya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para pengguna telekomunikasi sangat membutuhkan provider yang baik untuk bersosialisasi melalui jarak jauh seperti pada masa pandemic seperti ini, masyarakat mencoba dan membandingkan dari provider satu dengan yang lain untuk menentukan kualitas provider tersebut. Maka provider by.U ini muncul untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang ingin menjadi konsumen.