

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu HUMAS kopislashtea by ABUBA Steak melalui Instagram di Era Pandemi Covid-19

Renata Zurista

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=74920&lokasi=lokal>

Abstrak

Berkembangnya kedai kopi di Jakarta, para pebisnis berlomba-lomba untuk memanfaatkan peluang ini. Pada masa pandemi ABUBA Steak memberanikan diri dalam memulai usaha baru dengan membuka kedai kopi yaitu kopislashtea yang terletak di daerah Cipete Raya. Tentunya hal ini menjadi tantangan bagi Marcomm kopislashtea dalam memperkenalkan produknya. Kegiatan pemasaran dan promosi dilakukan dengan memanfaatkan Instagram. Hal ini menyadarkan betapa pentingnya kegiatan IMC untuk menarik konsumen. Berkenaan dengan ini adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan HUMAS kopislashtea melalui Instagram di era pandemi dan hambatan apa yang dihadapi oleh HUMAS kopislashtea by ABUBA Steak dalam melakukan komunikasi pemasaran terpadu melalui Instagram di era pandemi covid-19.

Teori pada penelitian ini menggunakan teori IMC, untuk membahas berbagai kegiatan mengenai IMC seperti HUMAS, personal selling, direct marketing, sales promotion, event, advertising dan menggunakan konsep New Media untuk melihat pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam kegiatan IMC. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan teknik pengumpulan data yang digunakan observasi, langsung ke kopislashtea yang berada di Cipete Raya serta melakukan wawancara mendalam dengan manager marketing communication, staff marketing communication, dan salah satu followers kopislashtea lalu melakukan dokumentasi.

Hasil penelitian yaitu kopislashtea telah melakukan kegiatan promotion mix seperti hubungan masyarakat, sales promotion, advertisement, personal selling, direct marketing, dan event. Kegiatan IMC yang dilakukan kopislashtea sepenuhnya menggunakan Instagram. Instagram sedang banyak digandrungi para generasi millennial, menggunakan Instagram juga tidak mengeluarkan banyak biaya. Saran sosial dalam penelitian ini bisa bermanfaat bagi para pelaku usaha terutama UMKM dalam memasarkan produknya dengan melaksanakan kegiatan IMC dan memanfaatkan media sosial Instagram dalam melakukan penyebaran informasi.