

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT DIAN PERMATA OMEGA DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS DI INSTAGRAM @DPROPOSALWEDDING

Chairul Anam

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75210&lokasi=lokal>

Abstrak

Akun insatgram @Dproposal.wedding yang memanfaatkan instagram melakukan sebuah pemasaran terhadap produk jasa berupa wedding organizer, sekaligus membangun sebuah brand awarness agar lebih dikenal oleh masyarakat.

Teori yang digunakan adalah Komunikasi Pemasaran dan Brand Awarness. Peneliti ingin menjelaskan bagaimana komunikasi dalam memasarkan jasa wedding organizer untuk membangun brand awarness melalui media sosial pada akun @Dproposal.Wedding.

Penelitian menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif serta metode studi kasus, pengumpulan data dengan wawancara mendalam, observasi, dan model komunikasi Wilbur Schramm.

Hasil temuan menyimpulkan bahwa Dproposal Wedding memanfaatkan instagram sebagai bentuk strategi komunikasi pemasaran. Adanya akun instagram @Dproposal.Wedding pun dapat dikenal oleh masyarakat sebagai wedding organizer yang memiliki keunggulan di wedding entertainment. Namun memiliki kekurangan dimana pemanfaatan instagram menjadi kurang informatif, hal ini terlihat disetiap postingan instagram yang kurang memberikan informasi yang lengkap terkait harga.

Kontribusi penelitian dalam mengembangkan teori dari komunikasi pemasaran dan brand awarness sesuai kejadian serta menjadikan pedoman untuk para peneliti selanjutnya sebagai contoh bahwa instagram mampu menjadi alat dari strategi komunikasi pemasaran untuk membangun brand awarness apabila digunakan dengan maksimal.