

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

PERENCANAAN DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI KREATIF UNTUK PENGENALAN PRODUK (Studi Kasus Pada Promosi Dusdusan.com)

Fiki Prihantini

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76204&lokasi=lokal>

Abstrak

Seiring perkembangan waktu, teknologi semakin pesat terutama pada media sosial dimana penggunaanya semakin bertambah dan media sosial bisa di manfaatkan untuk beragam kepentingan, mulai menjalin pertemanan, kampanye program tertentu, sampai promosi dan pemasaran produk atau jasa tertentu. Begitu besar pengaruh media sosial di Indonesia menjadi peluang besar bagi pelaku bisnis untuk mempromosikan produknya, salah satu pelaku bisnis yang aktif menggunakan media media sosial yaitu dusdusan.com.

Dimana dusdusan.com memanfaatkan media sosial sebagai media promosi untuk menarik hati konsumen dan untuk mengenalkan produk yang dusdusan.com miliki. Maka dari itu membuat konten yang menarik dan kreatif, dapat dilihat dari aku media sosial dusdusan.com.

Tujuan penelitian ini yaitu ?untuk mengetahui perencanaan dan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi kreatif untuk pengenalan produk pada dusdusan?.

Konsep dan teori dalam penelitian ini yaitu Komunikasi, Elemen Komunikasi, Fungsi Komunikasi, Proses Komunikasi, Model komunikasi De Fleur, dan Teori informasi Organisasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam melakukan Perencanaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Kreatif ada 4 tahapan yaitu menentukan tujuan, merumuskan keadaan saat ini, mengidentifikasika segala kemudahan dan hambatan, mengembangkan rencana atau serangkaian kegiatan untuk pencapaian tujuan. Maka dari itu perencanaan yang ada di dalam organisasi dusdusan.com sudah sesuai dengan teori infomasi organisasi dimana terdapat kegiatan membangun dan mengelola hubungan antar tim untuk mejalani kegiatan promosi kreatif melalui media sosial