

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Strategi Integrated Marketing Communication Dapoer None Dalam Meningkatkan Konsumen Melalui Instagram

: Tina Melinda

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77699&lokasi=lokal>

Abstrak

K

omunikasi pemasaran terpadu berfungsi sebagai penghubung antara promosi dan bisnis, yang menjelaskan bagaimana suatu perusahaan memasarkan barang dan jasanya agar diterima oleh target pasar. Karena itu, strategi komunikasi pemasaran terpadu harus direncanakan secara menyeluruh untuk menghindari sasaran yang salah dengan mengikuti alur strategi pemasaran. Untuk tetap dinamis dan mengikuti perkembangan teknologi saat ini, para pembisnis juga harus menerapkan komunikasi pemasaran terpadu. Dapoer None merupakan salah satu online catering dan kafe yang ada di Indonesia dan sudah berjalan tujuh tahun lamanya. Fokus penelitian ini adalah untuk melihat dan mendeskripsikan strategi IMC Dapoer None dalam meningkatkan konsumen.

Pada penulisan ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan jenis penelitian

kualitatif, dimana merupakan jenis penelitian yang melakukan pengumpulan data dan informasi penulis menggunakan wawancara, observasi, serta dokumentasi. Teori New Media yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan IMC untuk mendeskripsikan hasil penelitian.

Penulis menemukan bahwa Dapoer None menerapkan strategi IMC di antaranya pendekatan Humas, Periklanan, Pemasaran Langsung, Promosi Penjualan, dan Penjualan Pribadi Strategi IMC dilakukan untuk meningkatkan konsumen. Penulis menyarankan bahwa untuk peneliti selanjutnya menggunakan teori-teori yang lain yang lebih relevan untuk melihat bagaimana orang lain melihat sudut pandang perusahaan, peneliti selanjutnya bisa menggunakan pendekatan kuantitatif.