

ABSTRAK

DEWI WULAN DARI. 17824097

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE SHOP PRASTIKA COLLECTION MELALUI MEDIA SOSIAL FACEBOOK

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Online Shop, Media Sosial

(xiii + 68 + lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh online shop Prastika Collection, melalui media sosial Facebook. Dalam penelitian ini, teori yang digunakan yaitu *Integrated Marketing Communication (IMC)*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menggunakan beberapa informan, sumber data yang digunakan adalah informasi yang bersumber dari pengamatan langsung ke lokasi penelitian dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Prastika Collection memanfaatkan fitur-fitur Facebook, seperti iklan berbentuk share produk, promosi melalui live streaming, interaksi langsung dengan konsumen melalui kolom komentar, dan penggunaan caption yang menarik. Prastika Collection juga menerapkan konsep Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) dengan menggabungkan elemen-elemen seperti *advertising, sales promotion, public relations, direct marketing, dan personal selling*, dalam menciptakan hubungan yang kuat dengan konsumen, meningkatkan kesadaran merek, dan meningkatkan penjualan produknya.

Daftar Pustaka (2010 – 2023)