

KONSEP PROMOSI DIGITAL: Aktivasi Media Sosial

Adi Zainal Abidin
blmyulizain5520@gmail.com

Abstrak

Promosi minangka salah sawijining faktor penentu sukses program pemasaran. Preduli saka kualitas produk, yen konsumen ora tau krungu lan ora yakin manawa bakal migunani kanggo wong-wong mau, banjur padha ora bakal tuku. Dene pangertosan promosi piyambak minangka wujud komunikasi pemasaran ingkang mbudidaya nyebaraken informasi, pengaruh lan ngelingake target pasar perusahaan lan produkipun supados purun nampi, tumbas lan setya kaliyan produk ingkang dipuntawakaken perusahaan ingkang bersangkutan. .

Kata Kunci: Media sosial, Instragram, Tiktok, Promosi organik dan non-organik, Tag line

PUSTAKA

- Pawito, Penelitian Komunikasi Kualitatif, Yogyakarta, 2007
Philip Kotler & Gery Armstrong, Dasar-dasar Pemasaran, Jakarta, 2008
Rachmat Kriyantono, Teknik Praktis : Riset Komunikasi, Jakarta 2007,
Ronny Kountur, DMS, Metode Penelitian : Untuk Penelitian Skripsi dan Tesis, Jakarta, 2007
Anggrane, FN (2020). REALITAS KOMPETENSI GURU PASCA SERTIFIKASI. JURNAL REFLEKSI ILMIAH: Ekonomi, Akuntansi, Manajemen lan Bisnis, 3(4), 331-340.
Bagong Suyatna, Metode Penelitian Sosial: Berbagai Pendekatan Alternatif, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005
Basu Swastha, Manajemen Penjualan (Edisi 3), Jakarta, 2009
Buchory, Herry Achmad, lan Djasmin Saladin, Dasar-dasar Pemasaran Bank, 2006, Bandung