

Optimalisasi penggunaan cyber media untuk meningkatkan brand awareness dan penjualan produk league = Optimization the use of cyber media to increase brand awareness and product sales

Puguh Permana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20369055&lokasi=lokal>

Abstrak

League merupakan produsen produk-produk olahraga yang berasal dari Indonesia dan memiliki kualitas produk yang sangat bagus dan tidak kalah dengan produk-produk sejenis dari luar negeri, serta memiliki harga yang sangat terjangkau. Namun brand awareness League ini masih kurang, informasi tentang produk ini pun masih sulit ditemukan pada media cyber (internet) dan akan mengakibatkan kurang maksimalnya penjualan produk tersebut. Berangkat dari masalah tersebut, peneliti menyusun program-program untuk meningkatkan brand awareness dan penjualan produk tersebut.

Dalam pembuatan program-program ini, penulis menitik beratkan program-program tersebut dengan mengoptimalkan media cyber. Pemilihan penggunaan media cyber ini didasari oleh kekuatan media cyber yang sangat tinggi dalam menjangkau khalayak yang sangat luas, serta kekuatannya dalam mengubah opini masyarakat atau target khalayak dari program-program tersebut. Namun penggunaan media konvensional tetap digunakan dalam melaksanakan program-program tersebut. Hal ini dilaksanakan untuk menjangkau masyarakat yang tidak aktif menggunakan media cyber agar mereka juga terterpa program-program promosi dari League.

.....

League is a manufacturer of sports products from Indonesia and has very good quality product and is not inferior to similar products from abroad, and has a very affordable price. But the League's brand awareness is still lacking and information about this product is still hard to find in the cyber media (internet) and will result in maximal sales of the product. Departing from these problems, researchers compiled programs to increase brand awareness and sales of these products.

In making these programs, the authors emphasize programs to optimize the cyber media. The selection is based on the use of cyber media because cyber media power is very high in a very wide audience reach, and power in changing society opinion or the target audience of these programs. However, the use of conventional media still used in implementing these programs. This is done to reach people who are not actively using the cyber media that they are exposed to promotional programs of the League.