

## ABSTRAK

### **ANALISIS STRATEGI PERIKLANAN DARING DALAM MEMPROMOSIKAN DESSERT BOX BITTERSWEET BY NAJLA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

*Bittersweet by Najla telah melakukan promosinya di media sosial dengan menggunakan Instagram sebagai media promosi utamanya. Insight yang dihasilkan dari penggunaan media promosi tersebut menunjukkan angka yang relatif baik dari para pesaingnya. Namun, maraknya kompetitor yang menawarkan produk serupa menjadi ancaman bagi penjualan Bittersweet by Najla. Hal tersebut menimbulkan pertanyaan, sebenarnya seberapa besarkah tingkat awareness masyarakat terhadap Bittersweet by Najla? Apa yang menjadi potensi menurunnya trend Bittersweet by Najla? Lalu, bagaimana strategi periklanan daring yang dibangun untuk mengatasi permasalahan tersebut? Hal tersebut akan dibahas pada penelitian kali ini.*

Kata kunci: Strategi periklanan, daring, media sosial, brand, Bittersweet by Najla, kompetitor, media promosi.

## ABSTRACT

### **ANALYSIS OF ONLINE ADVERTISING STRATEGIES IN PROMOTING DESSERT BOX BITTERSWEET BY NAJLA THROUGH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM**

*Bittersweet by Najla has promoted on social media using Instagram as its main promotional media. The insights generated from the use of these promotional media show relatively good numbers from its competitors. However, the rise of competitors offering similar products poses a threat to Bittersweet by Najla's sales. This raises the question, how big is the level of public awareness of Bittersweet by Najla? What is the potential for the downward trend of Bittersweet by Najla? Then, how is the online advertising strategy built to overcome these problems? This will be discussed in this research.*

*Keywords: Advertising strategy, online, social media, dessert box, brand, Bittersweet by Najla.*