

Abstrak

NURFADILLA. Strategi Komunikasi Dinas Koperasi Dalam Meningkatkan Media Pemasaran *Online* (Studi Kasus Pada UMKM Di Kabupaten Kolaka Utara) (Dibimbing oleh Dr Syukri, S. Sos., M.Si dan Arni, S. Kom., M.I.Kom)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Dinas Koperasi Dalam Meningkatkan Pemasaran Online Pada UMKM di Kabupaten Kolaka Utara dan juga untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam proses Strategi Komunikasi Dinas Koperasi Dalam Meningkatkan Media Online sebagai Media pemasaran UMKM di Kabupaten Kolaka Utara. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Koperasi Kabupaten Kolaka Utara melalui tahapan (1) riset, Dinas Koperasi dan UKM Kolaka Utara melakukan observasi. (2) perencanaan aksi, Dinas Koperasi Kolaka Utara telah melakukan penyusunan rencana program salah satu bagian dari strategi komunikasinya, terdapat penjadwalan kegiatan yang meliputi pelaksanaan program yang sedang berjalan dan yang akan datang, (3) tahapan komunikasi, merupakan implementasi perencanaan aksi, di mana komunikator dengan komunikasi terlibat Komunikasi secara langsung sehingga dapat menjadi efektif dalam konteks ini karena memungkinkan interaksi langsung antara pemateri dan peserta. (4) evaluasi merupakan proses penilaian mencakup pengamatan sebelum dan setelah pelatihan. Adapun faktor pendukung strategi komunikasi dinas koperasi dan UKM dalam meningkatkan media online yaitu: (1) mendukungnya kondisi perkembangan media sosial, (2) terdapat dukungan dan kerjasama yang terjalin dari beberapa instansi terkait. Sedangkan Faktor penghambat strategi komunikasi dinas koperasi dan UKM dalam meningkatkan media online yaitu: kurang terampilnya individu dalam menggunakan media online.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Media Sosial, UMKM