

INTISARI

Biro Psikologi Intuisi adalah sebuah biro yang bernaung di bawah CV Intuisi Mitra Sejahtera. Sebagai Biro Psikologi yang sudah memiliki nama, tentunya biro ini memiliki strategi pemasaran dalam hal pemasaran produk atau jasa. Tugas Akhir ini membahas tentang perubahan optimasi media sosial Biro Psikologi Intuisi dalam menyikapi pandemi Covid 19. Tugas Akhir ini bertujuan untuk membantu mengembangkan media sosial Biro Psikologi Intuisi lebih lanjut. Tujuan akhir dari laporan ini adalah untuk lebih mengembangkan Biro Psikologi Intuisi di dunia media sosial. Pengumpulan data menggunakan metode kualitatif melalui observasi selama tiga bulan terhitung mulai tanggal 18 Januari 2021 sampai dengan 18 April 2021 di Bagian Humas dan Pemasaran Biro Psikologi Intuisi. Metode lain yang digunakan adalah wawancara, melakukan penelitian kepustakaan melalui buku online dan jurnal dari internet. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa sebelum pandemi, Divisi Humas dan Pemasaran Biro Psikologi Intuisi menerapkan strategi pemasaran dengan memasang poster di beberapa area kampus, menampilkan feed poster di Instagram dan melalui grup WA. Pasca Covid 19, Biro Psikologi Intuisi menggunakan 100% dunia digital untuk menawarkan jasa dan layanan. Perambahan digital marketing Biro Psikologi Intuisi dalam mempromosikan layanan online sudah dilakukan sejak 2018 namun baru dilakukan secara konsisten sekitar tahun 2020. Hal ini dilakukan dengan rutin menyiarkan live IG, update feed IG, webinar dan registrasi online. Pembaharuan strategi pemasaran Biro Psikologi Intuisi yang diterapkan oleh Divisi Humas dan Pemasaran Biro tersebut telah mampu meningkatkan pergeseran jumlah pelanggan Offline ke Online sebesar 80% dari tahun 2018 ke tahun 2021.

Kata Kunci: Pandemi Covid-19, Strategi Pemasaran Online

ABSTRACT

Biro Psikologi Intuisi is a bureau under the auspices of CV Intuisi Mitra Sejahtera. As a Psychological Bureau that already has a name, of course this bureau has a marketing strategy in terms of product or service marketing. This Final Project discusses changes in the social media optimization of Biro Psikologi Intuisi in responding to the Covid 19 pandemic. This Final Project aims to help to further develop the social media of Biro Psikologi Intuisi. The ultimate goal of this report is to further develop the Biro Psikologi Intuisi in the world of social media. Data collection uses qualitative methods through observations for three months starting from January 18 2021 to April 18 2021 in the Public Relations and Marketing Division of the Biro Psikologi Intuisi. The other methods used are interviews, conducting literature research through online books and journals from the Internet. The results of the study revealed that before the pandemic, the Public Relations and Marketing Division of the Biro Psikologi Intuisi implemented a marketing strategy by installing posters in several campus areas, showing poster feeds on Instagram and through WA groups. After Covid 19, Biro Psikologi Intuisi uses 100% of the digital world to offer services and services. The encroachment of digital marketing for the *Biro Psikologi Intuisi* in promoting online services has been carried out since 2018 but has only been carried out consistently around 2020. This is done by regularly broadcasting live IG, updating IG feeds, webinars and registering online. The renewal of Biro Psikologi Intuisi marketing strategy implemented by the Public Relations and Marketing Division of the Biro has been able to increase the shift in the number of Offline to Online customers by 80% from 2018 to 2021

Keywords: Covid 19 pandemic, Online Marketing Strategy