

ABSTRAK

Online shop menjadi salah satu tempat berjual beli yang paling digemari masyarakat dan bahkan telah menjadi bagian kehidupan dari sebagian besar masyarakat. Potensi dalam melakukan bisnis melalui media *online* cukup besar didukung dengan maraknya penggunaan *gadget* yang semakin meningkat sekarang ini. Mengikuti perkembangan yang ada, persaingan yang ketat pun terjadi karena banyak sekali orang yang melakukan bisnis melalui media *online* dan salah satunya yaitu bisnis pakaian, akan tetapi, banyak orang tidak mempedulikan kualitas namun hanya kuantitas saja dan itu membuat banyak konsumen jera dan tidak percaya lagi untuk membeli pakaian melalui jejaring sosial apalagi pakaian untuk anak mereka.

Melihat peluang yang ada, "*Little Mirca*" yang sudah berdiri sejak awal tahun 2014 akan menunjukkan kelebihan dari produknya yaitu baju pesta khusus anak perempuan berusia 1 – 8 tahun yang sangat nyaman di gunakan dengan desain yang cantik yang di harapkan dapat menjadi pilihan bagi masyarakat khususnya ibu muda dengan golongan sosial menengah ke atas sebagai target sasaran. "*Little Mirca*" membutuhkan sebuah kampanye promosi yang gencar agar dapat dikenal oleh masyarakat dan dapat bersaing dengan para kompetitor yang telah beredar di pasaran.

Hasil yang di harapkan dari perancangan media promosi *brand online shop* "*Little Mirca*" ini adalah ibu muda sebagai target sasaran percaya dan tertarik untuk membeli baju bagi anak mereka melalui *online shop* agar merek "*Little Mirca*" menjadi sebuah merek yang terkenal dan di ketahui oleh banyak orang.