

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Periklanan

Ikka Sylvani Tirta

Promosi Online Distro Voice Of Jogja Dalam Menarik Minat Pembeli Tahun 2017

Tahun Skripsi: 2018 + 124 Halaman + 57 Gambar + 4 Tabel

Daftar Pustaka: 18 Buku + 11 Jurnal + 3 Skripsi + 9 Internet

Penelitian ini menganalisis tentang promosi online yang dilakukan oleh distro Voice Of Jogja untuk meningkatkan penjualan tahun 2017. Voice Of Jogja merupakan gerai pakaian yang menjual baju wisata khas Yogyakarta yang bertemakan tentang cerita budaya wayang. Penelitian ini menggunakan teori promosi online menurut Jamaludin, Arifin, dan Hidayat untuk menganalisis kegiatan promosi yang dilakukan oleh distro Voice Of Jogja dalam meningkatkan penjualan. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif deskriptif dimana hasil penelitian dijabarkan melalui narasi. Dengan sumber data berasal dari wawancara dengan informan dan dokumen-dokumen relevan yang terkait dengan promosi online distro Voice Of Jogja. Proses yang dilakukan oleh pihak perusahaan yaitu melalui proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Hal tersebut dapat memberikan informasi kepada perusahaan untuk mengetahui promosi online yang dilakukan oleh Voice Of Jogja melalui media instagram dan website berhasil menarik perhatian konsumen tetapi belum berhasil dalam menaikkan jumlah penjualan karena selama tahun 2017 penjualan online perusahaan belum stabil dan masih terjadi naik-turun penjualan. Konsep yang diterapkan oleh pihak perusahaan yaitu dengan cara kekeluargaan dalam membangun ketertarikan konsumen terhadap produk, pihak distro *Voice Of Jogja* tidak selalu menggunakan iklan secara langsung tetapi dengan melakukan kesan pertama membangun hubungan baik dengan konsumennya.

Kata Kunci : Promosi Online, Instagram, Website

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta
Faculty Of Social Science and Political Science
Department of Communication Sciences
Advertising Concentration
Ikka Sylvani Tirta
Online Promotion Store Voice Of Jogja in Attracting 2017 Buyer Interests
Thesis Year: 2018 + 124 Pages + 57 Pictures + 4 Tables
Bibliography: 18 Books + 11 Journals + 3 Thesis + 9 Internet

This study analyzes online promotion conducted by Voice of Jogja distributions to increase sales in 2017. Voice of Jogja is a clothing store that sells typical Yogyakarta tourist clothes with the theme of the story of wayang culture. This study uses online promotion theory according to Jamaludin, Arifin, and Hidayat to analyze promotional activities carried out by Voice of Jogja distributions in increasing sales. The research method used is descriptive qualitative method where the results of the research are translated through narrative. With data sources coming from interviews with informants and relevant documents related to online promotion of Voice of Jogja distributions. The process carried out by the company is through the process of planning, implementing and evaluating. This can inform the company to find out that online promotions conducted by Voice of Jogja through Instagram media and websites have attracted the attention of consumers but have not succeeded in increasing the number of sales because as long as they know 2017 the company's online sales have not been stable and sales fluctuations still occur. the concept applied by the company is by way of kinship in building consumer interest in the product, the Voice of Jogja distribution does not always use direct advertising but by making a first impression of building good relationships with its customers.

Keywords: Online Promotion, Instagram, Website