

ABSTRAK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI ADVERTISING

Muh Abdul Aziz Nur Zaman 20140530120

**Strategi Promosi Media Instagram Kaos Polos Yogyakarta Dalam Menarik Minat
Konsumen Pada Tahun 2017**

Tahun Skripsi : 2018 + 104 Hal

Daftar Kepustakaan : 18 buku + 3 Jurnal

Kaos Polos Jogja merupakan salah satu dari sekian banyak clothing line yang berada di Kota Yogyakarta. Kaos Polos Jogja mulai berdiri pada bulan September tahun 2013. Dalam memasarkan produknya, Kaos Polos Jogja menggunakan media instagram dalam menarik minat pembeli. Penelitian ini mencoba mengkaji upaya yang dilakukan Kaos Polos Jogja dalam strategi promosi menggunakan media sosial instagram untuk menarik minat pembeli. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dimana hasil dari penelitian ini mencoba menjelaskan atau memaparkan strategi promosi melalui media sosial yang dilakukan oleh Kaos Polos Jogja. Sumber data dalam penelitian ini merupakan wawancara dan dokumentasi berupa arsip arsip yang berkaitan dengan promosi melalui instagram. Adapun wawancara dilakukan terhadap dua informan. Hasil Penelitian menunjukkan efektivitas kegiatan promosi melalui sosial media instagram dapat dilihat dari pengelolaan fitur yang tersedia. Misalnya dalam penyusunan informasi profil, menata tampilan foto, serta memperhatikan jadwal dan jam untuk posting foto karena ini akan berpengaruh terhadap postingan yang muncul di akun para followers. Selain itu fitur instastory dapat digunakan sebagai album digital untuk menunjukkan testimoni, new arival dan produk yang masih tersedia. Selanjutnya Kaos Polos YK juga menggunakan tagar (#) yang sedang trend untuk menghubungkan pengguna instagram yang bukan followernya terhadap produknya sehingga dijangkau oleh calon pelanggan.

Kata Kunci: Strategi promosi, Instagram, Kaos Polos Jogja

ABSTRACT

**MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF YOGYAKARTA
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
COMMUNICATION STUDIES PROGRAM
ADVERTISING CONCENTRATION**

Muh Abdul Aziz Nur Zaman 20140530120

Year of Study : 2018 + 104 Pages

References : 18 Books + 3 Journal

Kaos Polos Jogja is one of the many clothing lines in the city of Yogyakarta. Kaos Polos Jogja began to be established in September 2013. In marketing their products, Kaos Polos Jogja use Instagram media to attract buyers. In this study, the efforts that have been mobilized have been carried out in the promotional strategy using Instagram social media to attract buyers. This research is a descriptive research where the results of this study try to explain or explain the promotion strategy through social media carried out by the Jogja Plain Shirt. The data sources in this study are interviews and documentation in the form of archival records relating to promotions through Instagram. The interviews were conducted with two informants. Research results show the effectiveness of promotional activities through Instagram social media can be seen from the management of available features. For example in preparing profile information, arranging the appearance of photos, and paying attention to schedules and hours for posting photos because this will affect the posts that appear on the followers' followers. In addition, the instastory feature can be used as a digital album to show testimonials, new albums and products that are still available. Furthermore Kaos Polos YK also use trendy hashtags (#) to connect Instagram users who are not followers of their products so that they are reached by potential customers.

Keywords: Promotion strategy, Instagram, Kaos Polos Jogja