

# **ABSTRAK**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Mirza Febri Andrianto**

**Analisis Strategi Promosi Pasar Papringan Ngadiprono  
Melalui Instagram Tahun 2018**

**Tahun skripsi : 2019 + 151 halaman**

**Daftar kepustakaan : 18 buku + 1 jurnal + 6 sumber online**

Penelitian ini meneliti tentang strategi promosi yang dilakukan oleh Spedagi Movement dalam memperkenalkan gelaran Pasar Papringan kepada masyarakat melalui media sosial instagram. instagram sebagai media sosial dengan perkembangan jumlah penggunaanya yang pesat menjadi pilihan yang tepat bagi Spedagi Movement.tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Spedagi Movement dalam memperkenalkan gelaran Pasar Papringan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan bertujuan untuk mengetahui strategi yang diterapkan spedagimovement dalam memperkenalkan pasar papringan melalui akun Instagram @pasarpapringan. Penelitian ini menggunakan kerangka teori strategi promosi, strategi promosi online,perencanaan promosi online,media sosial, dan Instagram.

Pada hasil penelitian ini ditunjukkan bahwa instagram sebagai instrumen promosi online dapat menjadi sarana promosi yang tepat dan efisien. Dalam pelaksanaannya, kegiatan promosi online dilakukan dengan memperhatikan beberapa hal antara lain perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Pemilihan produk, penentuan tema, penentuan pesan dan penentuan jadwal posting juga dilakukan sebagai elemen penting keberhasilan sebuah kegiatan promosi yang dilakukan oleh Spedagi Movement.

**Kata kunci : Strategi Promosi Online, Instagram, Pasar Papringan, Spedagi Movement.**

## **ABSTRACT**

**Muhammadiyah University of Yogyakarta**

**Faculty of Social and Political Sciences**

**Communication Science Department**

**Public Relation Concentration**

**Mirza Febri Andrianto**

**Promotion strategy analysis for The Pasar Papringan Ngadiprono through the Instagram by 2018**

**Year : 2018 + 151 pages**

**Bibliography : 18 Books + 1 Journal + 6 Online Sources**

This research examines the promotion strategy carried out by the Spedagi Movement in order to introduce the *Pasar Papringan* to the public through Instagram. Instagram as a social media with the rapid development of the users is the right choice for the Spedagi Movement. The purpose of this study was to find out how the promotion strategy was carried out by the Spedagi Movement in introducing the Pasar Papringan event.

This study uses a descriptive qualitative research method and aims to find out the strategies applied by the spedagimement in introducing the papringan market through Instagram accounts @pasarpapringan. This study uses a framework of promotional strategy theory, online promotion strategies, online promotion planning, social media, and Instagram.

The results of this study show that Instagram as an online promotion instrument can be an appropriate and efficient means of promotion. In its implementation, online promotion activities are carried out by paying attention to several things including planning, implementation and evaluation. The selection of products, determining the theme, determining the message and determining the posting schedule are also carried out by the spedagi movement.

**Keywords : Online Promotional Strategy, Instagram, Pasar Papringan, Spedagi Movement.**

