

## **ABSTRAK**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik**

**Departemen Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Rafi Muhammad**

**Strategi Promosi Personal Selling Cicil.co.id melalui Student Ambassador di Instagram pada Tahun 2017-2018**

**Tahun Skripsi : 2018 + 88 Halaman + 17 Gambar + 4 Tabel**

**Daftar Pustaka : 20 Buku + 3 Internet + 10 Jurnal**

Perkembangan Internet yang berkembang dengan sangat cepat menimbulkan banyak inovasi di dalamnya dengan contoh yaitu bermunculnya banyak perusahaan yang bergerak di bidang teknologi yang sering kita sebut adalah start up. Cicil.co.id adalah salah satu perusahaan digital start up yang bertujuan membantu mahasiswa dalam membantu membeli barang keinginan mereka dan membantu fasilitas dalam perkuliahan mereka. Cicil.co.id dalam memasarkan produknya juga tidak lepas menggunakan media sosial yang banyak digunakan oleh target sasaran mereka yaitu Instagram, Cicil juga memaksimalkan Student Ambassador sebagai media promosi mereka dalam mempromosikan produk mereka. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan dianalisa secara kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini didapatkan melalui wawancara dengan informan, serta doumen-dokumen relevan yang terkait dengan promosi Cicil melalui Student Ambassador di Instagram pada tahun 2017-2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Cicil.co.id sebagai pihak yang melakukan promosi melalui student ambassador di Instagram pada tahun 2017-2018 dengan menerapkan strategi promosi personal selling menggunakan student ambassador di Instagram mereka melalui pendekatan menginformasikan (informing), membujuk pelanggan (persuading) dan mengingatkan (reminding).

**Kata Kunci : Strategi Promosi, Personal Selling, Cicil.co.id, Student Ambassador, Instagram, 2017-2018**

## **ABSTRACT**

**Muhammadiyah University of Yogyakarta**

**Faculty of Social and Political Science**

**Department of Communication Science**

**Concentration Advertising**

**Rafi Muhammad**

**Personal Selling Strategy of Cicil.co.id through Student Ambassador on Instagram in 2017 - 2018**

**Thesis Year: 2018 + 88 Pages + 17 Pictures + 4 Tables**

**Bibliography : 20 Books + 3 Internets + 10 Journals**

The development of Internet has been growing so fast created many inventions such as companies that focus in technology development. One of the company is Cicil.co.id which is a digital start up company aimed to facilitate and provide student to buy any kind of things that felt to be necessary to fulfill their needs during their time in university. Cicil.co.id using the role of social media as their marketing plan strategy especially Instagram that felt to be one of the most used social media by students in university these days, Cicil also maximalize the role of student inside the campus to be one part of Student ambassador as a part of media promoting. The research method used in this study was descriptive and was analyzed qualitatively. The data sources in this study were obtained through interviews with informants, as well as relevant documents related to promotion of installments through Student Ambassadors on Instagram in 2017-2018. The results of the study showed Cicil.co.id Instagram in 2017-2018 by implementing a personal selling promotion strategy using their student ambassadors on Instagram through an informing, persuading and reminding approach.

**Keywords: Promotion Strategy, Personal Selling, Cicil.co.id, Student Ambassador, Instagram, 2017-2018**