

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Febrian Aris Munandar

Strategi Promosi Perusahaan Wooden Craft Uwitan Yogyakarta Melalui Media Sosial Instagram dalam Rangka Meningkatkan Jumlah Pelanggan Tahun 2018

Tahun skripsi: 2019 + 101 Halaman

Daftar Pustaka: 17 Buku + 10 Jurnal + 11 Website

Penelitian ini kajian implementasi Instagram sebagai media promosi Uwitan dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengenai strategi promosi, bauran promosi, dan media sosial.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan sumber data penelitian ini berasal dari hasil wawancara peneliti dengan beberapa informan internal serta dokumentasi. Untuk menguji validitas data, peneliti menggunakan triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara informan dengan dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan strategi promosi Uwitan melalui media sosial Instagram berhasil meningkatkan jumlah konsumen dan memudahkan dalam menjangkau calon konsumen. Instagram dapat meningkatkan konsumen karena ciri interaktivitas antara perusahaan dan konsumen. Dalam meningkatkan jumlah dan interaktivitas dengan calon konsumen, perusahaan membuat pesan yang menarik melalui postingan foto, caption maupun bio dan mengadakan kuis atau give away, *endorsement*, melalui kegiatan ini *follower* atau calon konsumen akan lebih berinteraksi kepada suatu postingan

Kata kunci: Strategi Promosi, Uwitan, Media Sosial, Instagram.

ABSTRACT

The University of Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Science

Communication Sciences

Advertising Concentration

Febrian Aris Munandar

**Promotion Strategy of Uwitan Wooden Craft Company Yogyakarta through
Social Media Instagram to Increasing The Number of Customers 2018**

Year: 2019 + 101 Pages

Bibliography: 17 Books + 10 Journals + 9 Websites

This research is about the implementation of Instagram as a media promotion of Uwitan Company to increasing their number of customers. The theoretical framework that used in this research is about the promotion strategy, diffusion promotion, and social media.

This research uses a descriptive qualitative methods and the data obtained is the result from interview with some internal informant and also documentation. To prove the data validity, researcher use the source triangulation that will compare the interview's result with documents that related to the research's topic.

The result of this research show that the strategy of Uwitan Company uses Instagram as their media promotion can increased their number of customers and also help them to reached their prospective customers. Instagram can increased their number of customers because of the interactions that happened between the company and the customers. To increased their interactions with the prospective customers, the company used an intersting messages through a photo post, caption, or their bio. They also held a simple quiz, giveaway, and endorsement. Through this activities their prospective customers will be more interested to their content.

Keyword : Promotion strategy, Uwitan, Social Media, Instagram.