

## **ABSTRAK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**KONSENTRASI BROADCASTING**

**Muhamad Rifki Saebani**

**20150530025**

**Strategi Promosi Sakola Melalui Media Sosial Facebook dan Instagram dalam Meningkatkan Penjualan pada Tahun 2018**

**Tahun Skripsi : 2019 + 106 Hal**

**Daftar Kepustakaan : 17 Buku + 10 Jurnal**

Penelitian ini mengkaji strategi promosi Sakola melalui media sosial Facebook dan Instagram dalam meningkatkan penjualan pada tahun 2018. Sakola merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang *fashion* yang berdomisili di Kota Yogyakarta. Usaha ini didirikan pada bulan Agustus tahun 2008. Dalam usahanya Sakola menjual beberapa macam produk khususnya produk-produk *fashion* beragam perlengkapan wanita.

Penelitian ini mencoba mengkaji upaya yang dilakukan oleh Sakola dalam menjalankan strategi promosi dalam meningkatkan penjualan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dimana hasil dari penelitian ini menjelaskan atau memaparkan strategi promosi melalui sosial media Facebook dan Instagram yang dilakukan oleh Sakola. Sumber data yang dihasilkan dari penelitian ini berupa wawancara dan dokumentasi berupa arsip-arsip yang berkaitan dengan strategi promosi.

Hasil penelitian ini menunjukkan Sakola sebagai perusahaan yang mengandalkan internet marketing mampu menjadikan alat untuk menarik minat konsumen dalam membeli sebuah produk dengan cara konsistensinya untuk mengunggah produk-produk di sosial media Facebook dan Instagram Sakola. Sehingga para konsumennya tertarik datang ke Sakola untuk membeli produk yang ditawarkan.

**Kata Kunci : Strategi promosi, Media sosial Facebook, dan Instagram, Sakola.**

## **ABSTRACT**

**MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF YOGYAKARTA  
FAKULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES  
COMMUNICATION STUDIES PROGRAM  
BROADCASTING CONCENTRATION**

**Muhamad Rifki Saebani**

**20150530025**

**Sakola Promotion Strategy Through Facebook and Instagram Social Media in Increasing Sales in 2018**

**Year of Study : 2019 + 106 Pages**

**References : 17 Books + 10 Journal**

This study examines the promotion strategy of Sakola through Facebook and Instagram social media in increasing sales in 2018. Sakola is a business engaged in fashion that is domiciled in the city of Yogyakarta. This business was founded in August 2008. In its business Sakola sells a number of products, especially fashion products for various women's equipment.

This study attempts to examine the efforts made by Sakola in carrying out promotional strategies in increasing sales. This research is a descriptive study in which the results of this study explain or explain the promotion strategy through social media facebook and instagram conducted by Sakola. Sources of data generated from this study in the form of interviews and documentation in the form of archives relating to the promotion strategy.

The results of this study show Sakola as a company that relies on internet marketing is able to make a tool to attract consumers' interest in buying a product by means of its consistency to upload products on Facebook and Instagram social media Sakola. So that consumers are interested in coming to Sakola to buy the products offered.

**Keywords : Promotion strategy, Social media Facebook, and Instagram, Sakola.**