

## **ABSTRAK**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Public Relations**

**Nurhasanah Hasan (20110530067)**

**Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Penjualan Oleh Adorable Projects**

**Tahun Skripsi : 2017**

**Daftar Pustaka : 10 buku + 2 skripsi + 7 sumber online**

Penelitian ini merupakan penelitian yang menganalisis penggunaan instagram sebagai media komunikasi pemasaran online dalam meningkatkan penjualan oleh Adorable Projects. Saat ini pengkomunikasian informasi secara online juga sudah mengubah sistem pemasaran konvensional. Komunikasi pemasaran melalui media online dapat dilakukan dengan efektif dan efisien oleh Adorable Projects. Pemasaran dengan menggunakan media internet khususnya instagram, produk dapat dijual secara lebih luas dan tidak memerlukan biaya pemasaran yang mahal atau pajak tempat. Konsumen juga akan lebih mudah untuk mencari informasi mengenai produk yang diinginkan. Hal inilah yang mendorong maraknya bermunculan online shop, salah satunya yaitu Adorable Projects.

Tujuan penelitian ini antara lain adalah untuk mengetahui penggunaan instagram sebagai media komunikasi pemasaran online dalam meningkatkan penjualan oleh Adorable Projects. Metodologi penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan studi deskriptif pada objek penelitian, teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Untuk langkah-langkah yang digunakan dalam teknis analisa data adalah pengumpulan data, reduksi data, analisis data, penarikan kesimpulan dan keabsahan data.

Hasil penelitian ini untuk menunjukkan bahwa penggunaan konten-konten yang ada di instagram belum sepenuhnya digunakan oleh Adorable Projects sebagai online shop yang menggunakan instagram. Hal ini dikarenakan Adorable Projects berasumsi bahwa mereka memiliki fotografer dengan menggunakan kamera profesional sehingga tidak perlu untuk menggunakan konten-konten mengedit foto yang ada pada instagram.

**Kata Kunci : Penggunaan Instagram, Pemasaran Online, Komunikasi Pemasaran**

## **ABSTRACT**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Social and Political Sciences Faculty**

**Communication Science**

**Concentrated in Public Relations**

**Nurhasanah Hasan (20110530067)**

**Utilization of Instagram as Online Marketing Communication Media in Terms of Enchancing the Sales by Adorable Projects**

**Year of Final Project : 2017**

**Bibliography : 10 books + 2 final projects + 7 online sources**

This research was a research that analyzed the utilization of Instagram as online marketing communication media in terms of enchancing the sales by Adorable Projects. Today, information transmission through online media has been altering the conventional marketing system. Marketing communication through online media could be done effectively and efficiently by Adorable Projects. Marketing through internet especially Instagram, making the products could be sold in wider range and does not require costly marketing or tax allowance. Consumer would effortlessly seeking detailed information regarding the desired products. For this reason, the number of online shops are rapidly growing, one of them is Adorable Projects.

The aim of this study was to understand the utilization of Instagram as online marketing communication media in terms of enchancing the sales by Adorable Projects. The methodology used were qualitative and descriptive study on research object, data collection used were interview and documentation. For the steps used in analyzing data technique were data collection, data reduction, analyzing data, conclusion withdrawal, and data validation.

The results of this study was to demonstrate that the utilization of Instagram contents that have not been used by Adorable Projects as online shop that utilize Instagram. This was because of Adorable Projects assumed that they have photographer with professional camera, therefore, they do not need to use any photo editor contents on Instagram.

**Keyword : Instagram Utilization, Online Marketing, Marketing Communication**