



ABSTRAK

INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE SHOP

(Studi Kasus Strategi Promosi *Online Shop Sisterclay* di Yogyakarta Melalui *Instagram* Periode Tahun 2016)

Oleh : Debby Eka Sampitri

Media dalam strategi promosi memiliki peran kunci dalam meningkatkan penjualan produk. Social media merupakan alat promosi bisnis yang efektif salah satunya adalah sosial media *instagram*. Banyaknya pengguna media sosial menumbuhkan kepentingan baru yaitu berpromosi. Keunggulan promosi melalui *Instagram* adalah cakupannya luas karena *Instagram* menggunakan fasilitas *online* dan terhubung dimanapun. Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah strategi promosi *online shop Sisterclay* di Yogyakarta melalui *instagram* periode tahun 2015-2016. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif, di mana teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada narasumber. Informan merupakan pemilik *onlineshop Sisterclay*, Admin *Onlineshop Sisterclay*, *Partner Sisterclay* dan 2Konsumen dari *Sisterclay*. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa online shop *Sisterclay* untuk mencapai tujuan dalam meningkatkan penjualan sudah sesuai tahap-tahap perencanaan promosi dan *instagram* sebagai media promosi yang digunakan cukup efektif dan efisien dengan menggunakan strategi promosi sfs (*Shoutout For Shoutout*) yang dapat meningkatkan penjualan sesuai dengan tujuan promosi yang ingin dicapai.

Kata Kunci : Strategi promosi, *Instagram*, *Onlineshop Sisterclay*



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE SHOP

DEBBY EKA SAMPITRI, Dr. Phil. Ana Madhya Abrar, M.E.S. ; Wisnu Martha Adiputra, S.IP.,M.Si.

Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

ABSTRACT

INSTAGRAM AS ONLINE SHOP PROMOTION MEDIA

(Case Study of Sisterclay Online Shop Promotion Strategy in Yogyakarta via Instagram on the Period Year of 2016)

By: Debby Eka Sampitri

Media in the promotion strategy has a key role to increase product sales. Social media as an effective business promotional tools one of them is social media Instagram. The amount of social media users cultivate new interests that is promoting. Excellence promotion via Instagram is broad in scope because Instagram is online and connected everywhere. The main problem in this research is the promotion strategy Sisterclay online shop in Yogyakarta via Instagram on the Period Year of 2015-2016. This research uses descriptive type using the case study method with qualitative approach, where data collection through in-depth interview to the informant. The informant is the owner of Sisterclay Online Shop, Admin of Sisterclay Online Shop, Sisterclay Partner and 2 Consumer of Sisterclay. Based on the results of the study it can be concluded that the Sisterclay online shop to achieve the objective to increase sales is appropriate stages of promotion planning and Instagram as promotional media used quite effectively and efficiently by using promotional strategy SFS (Shoutout For Shoutout) to increase sales in accordance of promotional goals to be achieved.

Key words : Promotion Strategy, Instagram, Sisterclay Online Shop