

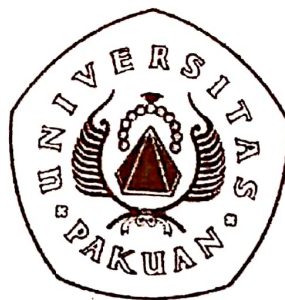
**KEGIATAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN BARU
@PEEPS.CLAPS**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan Bogor**

FITRIA ANGGRAENI

0441 14 145



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS PAKUAN

BOGOR

JUNI 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

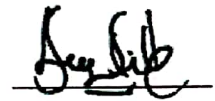
Nama : Fitria Anggraeni
NPM : 044114145
Judul : Kegiatan Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Instagram pada Akun Baru @peeps.claps

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peuguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

DEWAN PENGUJI

Menyetujui

Pembimbing I : Muslim.M.Si
NIK: 1 0909 048 513



Pembimbing II : Qoute Nuraini C, M.I.Kom
NIK. 1.1215 047 681



Pembaca : Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comm
NIK. 1.0113 001 607



Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 26 Juli 2019

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Agnes Setyowati H.,M.Hum
NIK : 1 0295 006 229



Ketua Program Studi



Muslim.M.Si
NIK: 1 0909 048 513

ABSTRAK

FITRIA ANGGRAENI 044114145, 2019. "Kegiatan Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Instagram pada Akun Baru @peeps.claps. program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB) Universitas Pakuan Bogor. Pembimbing (I) Muslim, M.Si dan Pembimbing (2) Qoute Nuraini C, M.I.Kom.

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui bagaimana kegiatan promosi dalam meningkatkan penjualan melalui media sosial instagram pada akun baru @peeps.claps, (2) untuk mengetahui fitur-fitur apa saja yang digunakan akun instagram @peeps.claps dalam melakukan kegiatan penjualan melalui media sosial instagram.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Peneliti memiliki dua informan kunci yaitu Rijki Maulana dan Nurwan yaitu sebagai pemilik dan admin dari instagram Peeps Claps. Sedangkan untuk informan ada dua orang yaitu pembeli baru dan pembeli lama Peeps Claps. Dalam memperoleh data digunakan metode wawancara yang mendalam dan bertahap serta observasi. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik triangulasi, yaitu triangulasi sumber. Sedangkan untuk teknik analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Peeps Claps telah melakukan kegiatan promosi dalam bentuk bauran komunikasi pemasaran secara cukup efektif. Dalam promosi yang dilakukan Peeps Claps untuk meningkatkan penjualan dengan menggunakan ke lima elemen bauran komunikasi pemasaran. Selain itu peneliti menjabarkan pemanfaatan fitur-fitur instagram yang digunakan untuk menunjang kegiatan strategi promosi yang dilakukan Peeps Claps.

Kata Kunci : *bauran komunikasi pemasaran, promosi, media sosial, instagram*