

ABSTRAK

STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL PADA PT TUNAS DWIPA MATRA CABANG RADEN INTAN

Oleh

**Meri Andini
2306061005**

Strategi promosi melalui media sosial digunakan oleh PT Tunas Dwipa Matra Cabang Raden Intan untuk meningkatkan minat konsumen terhadap produk sepeda motor Honda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi, media sosial yang digunakan, dan efektivitas promosi. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah yang terlibat dalam promosi media sosial. Data dianalisis dengan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan platform yang digunakan adalah Instagram, TikTok, FaceBook dan WhatsApp, dengan konten promosi yang disesuaikan untuk konsumen. Interaksi dengan pelanggan juga dilakukan. Media sosial efektif dalam meningkatkan *brand awareness* dan minat konsumen, meskipun ada kendala seperti kurangnya konsistensi konten. Strategi ini terbilang efektif untuk pemasaran di era digital.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Media Sosial, *Digital Marketing*, Instagram, PT Tunas Dwipa Matra.

ABSTRACT**PROMOTION STRATEGY THROUGH SOCIAL MEDIA AT PT TUNAS
DWIPA MATRA RADEN INTAN BRANCH****By****Meri Andini
2306061005**

PT Tunas Dwipa Matra's Raden Intan Branch uses social media promotion strategies to increase consumer interest in Honda motorcycles. This study aims to determine the promotional strategy, the social media used, and the effectiveness of the promotion. The method used is descriptive with a qualitative approach, with data collection through observation, interviews, and documentation. The research subjects were those involved in social media promotions. Data were analyzed through reduction, presentation, and drawing conclusions. The results show that the platforms used are Instagram, TikTok, Facebook, and WhatsApp, with promotional content tailored to consumers. Interaction with customers is also carried out. Social media is effective in increasing brand awareness and consumer interest, although there are obstacles such as a lack of content consistency. This strategy is considered effective for marketing in the digital era.

Keywords: Promotion Strategy, Social Media, Digital Marketing, Instagram, PT Tunas Dwipa Matra.