

ABSTRAK

STRATEGI PROMOSI PENJUALAN PRODUK PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi pada Akun Instagram Gloshop_Stuff)

Oleh:

IKA SURYA FITRI

Banyaknya pengguna media sosial menumbuhkan kepentingan baru yaitu berpromosi. Keunggulan promosi melalui Instagram adalah cakupannya luas karena Instagram menggunakan fasilitas *online* dan terhubung dimanapun. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan oleh Gloshop_Stuff melalui Instagram.

Penelitian ini menggunakan teori e-WOM (*Electronic Word of Mouth*) dan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Informan merupakan pemilik Gloshop_Stuff, pengelola Gloshop_Stuff, 5 konsumen dari Gloshop_Stuff dan 1 *reseller* Gloshop_Stuff. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam, dokumentasi dan kepustakaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) strategi promosi yang dilakukan mencakup *business promotion*, *trade promotion*, *sales force promotion* dan *consumer promotion*; (2) Dalam menarik konsumen, Gloshop_Stuff memakai cara SFS (*Shout For Shout*), memanfaatkan konsumen yang merekomendasikan produknya, mengunggah foto asli, bersikap baik dalam melayani konsumen, meng-*endorse* selebgram, membalas pesan dari konsumen dengan cepat dan mengirim *broadcast message*; (3) Gloshop_Stuff menarik *reseller* dengan memberi harga lebih murah; (4) Berpromosi melalui Instagram dinilai efektif oleh Gloshop_Stuff dalam penjualan produknya.

Kata kunci: strategi promosi, Gloshop_Stuff, Instagram.