

ABSTRAK

STRATEGI PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MOTOR DI DEPARTEMEN DIGITAL MARKETING (PT TUNAS DWIPA MATRA HONDA LAMPUNG)

Oleh

Ahmed Avery Baksya

Konsep promosi melalui media sosial diperlukan adanya komunikasi pemasaran yang baik, ini sebagai pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan produsen dapat tercapai. Masalah dalam penelitian laporan akhir ini adalah Apakah strategi promosi yang di lakukan melalui media sosial *instagram* untuk meningkatkan penjualan pada departemen *digital marketing* PT Tunas Dwipa Matra Honda Lampung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui terkait strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial *Instagram* untuk meningkatkan penjualan sepeda motor Honda PT Tunas Dwipa Matra Honda Lampung. Metode yang digunakan dalam penulisan laporan akhir ini adalah desain penelitian deskriptif dengan kualitatif, menggunakan data primer dan sekunder. Dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan metode studi pustaka terhadap pihak yang terlibat selama PKL di PT Tunas Dwipa Matra Honda Lampung.

Hasil penelitian dalam pelaksanaan strategi promosi melalui pemanfaatan *instagram* dalam meningkatkan penjualan sepeda motor Honda pada Departemen Digital PT Tunas Dwipa Matra Honda Lampung menggunakan fitur *instagram* seperti *upload photo, caption, mention, hastag, comment, dirrect message, followers, instastory, live*. . teridentifikasi beberapa pemanfaatan fitur promosi belum sepenuhnya berjalan dengan baik dan dapat dikatakan masih tidak efektif dalam pelaksanaannya. Contohnya seperti fitur, *mention, dirrect message, dan live*. Ketiga pemanfaatan fitur promosi tersebut belum terlaksana sesuai dengan tujuan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan. Sehingga perlu adanya peningkatan pada pelaksanaan promosi tersebut.

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