

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Ervan Yuffrizal (20130530081)

**Promosi Online Lapak Bang Irwan Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan
Alat Fotografi Periode 2014-2016**

Tahun Skripsi 2017 + 100 Halaman

Daftar Pustaka 16 Buku + 3 Sumber Online

Lapak Bang Irwan adalah salah satu toko kamera yang berada di Yogyakarta dan memanfaatkan media online sebagai media promosi mereka. Seiring banyaknya toko kamera maka persaingan menjadi semakin ketat, sehingga Lapak Bang Irwan harus bisa berinovasi dan berkreasi dalam menentukan strategi promosi agar dapat bersaing. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi online yang dilakukan oleh Lapak Bang Irwan dalam upaya meningkatkan penjualan alat fotografi di periode 2014-2017.

Jenis penelitian yang di gunakan adalah studi kasus deskriptif kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah teknik wawancara dan studi dokumentasi milik Lapak Bang Irwan. Kemudian setelah data terkumpul dan sudah lengkap peneliti melakukan analisis data berupa pengumpulan data, reduksi data, display data, kemudian menarik kesimpulan dari data tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Lapak Bang Irwan dilaksanakan melalui beberapa tahapan yaitu: Menentukan target audiens, menentukan tujuan promosi, mengembangkan perencanaan media, membuat isi pesan, melakukan promosi, dan evaluasi promosi. Perencanaan yang dilakukan tersebut sudah baik dan tepat penggunaanya. Namun dalam praktik promosi online yang meliputi advertising online, sales promotion online, direct marketing online, PR online, dan personal selling online belum dilakukan dengan baik oleh Lapak Bang Irwan, ada beberapa hal yang harus dilakukan seperti lebih memaksimalkan penggunaan media sosial dan meningkatkan frekuensi penggunaan indicator promosi online tersebut.

Kata Kunci: Strategi Promosi Online, Promosi Online, Lapak Bang Irwan,

ABSTRACT

University of Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social Science and Political Science

Department of Communication Studies

Concentration Advertising

Ervan Yuffrizal (20130530081)

**Online Promotion of Lapak Bang Irwan In An attempt To Increase
Photographic Equipment Sales Period 2014-2016**

Thesis Year 2017 + 100 Page

References 16 Books + 3 Online Sources

Lapak Bang Irwan is one of the camera shop located in Yogyakarta and utilizing online media as their promotional media. As the number of camera stores, the competition becomes increasingly tight, so Lapak Bang Irwan must be able to innovate and be creative in determining promotional strategies in order to compete. This study aims to describe online promotional strategies undertaken by Lapak Bang Irwan in an effort to increase the sales of photography tools in the period 2014-2017.

The type of research that used is qualitative descriptive case study. The data collection techniques that used by researchers is the technique of interview and documentation study owned by Lapak Bang Irwan. Then after the data collected and complete the researchers conducted data analysis in the form of data collection, data reduction, display data, then draw conclusions from the data.

The result of the research shows that the promotion strategy done by Lapak Bang Irwan is implemented through several stages: Determining the target audience, determining the purpose of promotion, developing media planning, making the message content, promotion, and promotion evaluation. Planning done is good and proper use. But in the online promotion practices that include online advertising, online sales promotion, online direct marketing, online PR, and personal selling online have not done well by Lapak Bang Irwan, there are several things to do such as maximizing the use of social media and increasing the frequency of use these online promotional indicators.

Keywords: Online Promotion Strategy, Online Promotion, Lapak Bang Irwan.