

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Advertising
Maulana Danny Pratama (20120530263)
Strategi Promosi Molay Tactical Yogyakarta Dalam Meningkatkan Jumlah
Konsumen Melalui Instagram 2017-2018
Tahun Skripsi :2019 + 93
Daftar kepustakaan : 24 Buku + 3 Jurnal

Penelitian ini telah mendalami strategi promosi Molay Tactical Yogyakarta dalam meningkatkan penjualan pada tahun 2017-2018. PT. Molay Satrya Indonesia merupakan perusahaan yang menyediakan dan menjual perlengkapan taktis melalui brand “MOLAY”. Molay menghasilkan jajaran perlengkapan taktis yang berkualitas mulai dari *combat shirt*, *combat pant*, celana kargo, *polo shirt*, jaket, sarung tangan, helm anti peluru dan sampai aksesoris penunjang seperti topi, tas, sepatu, dan *patch*. Molay merupakan brand apparel taktis pertama yang dirintis oleh anak bangsa.

Peneliti ini menggunakan sebuah kerangka teori mengenai komunikasi pemasaran online dalam menganalisis kegiatan komunikasi pemasaran yang telah dilakukan oleh Molay dalam meningkatkan penjualan melalui Instagram. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Berdasarkan sumber data melalui hasil dari wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram sebagai bentuk dari internet *marketing* dapat menjadi alat dalam menarik minat konsumen untuk membeli sebuah produk. Instagram melalui kegiatan komunikasi pemasaran memperhatikan beberapa tahapan yang terkait dengan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Elemen-elemen penting yang dilakukan antara lain : penetapan tujuan, perencanaan pesan, pembuatan konten, uploading.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Instagram, Molay, Internet Marketing

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Communication Departement

Advertising Consentration

Maulana Danny Pratama (20120530263)

Yogyakarta Molay Tactical Promotion Strategy in Increasing the Number of Consumers through Instagram 2017-2018

Year : 2019 + 93 pages

Bibliography : 23 Books + 3 Journals

This research has explored the Yogyakarta Molay Tactical promotion strategy in increasing sales in 2017-2018. PT. Molay Satrya Indonesia is a company that provides and sells tactical equipment through the brand "MOLAY". Molay produces a range of quality tactical equipment ranging from combat shirts, combat pant, cargo pants, polo shirts, jackets, gloves, bulletproof helmets and to supporting accessories such as hats, bags, shoes, and patches. Molay is the first tactical apparel brand pioneered by the nation's children.

This researcher uses a theoretical framework regarding online marketing communication in analyzing marketing communication activities that have been carried out by Molay in increasing sales through Instagram. The method used is descriptive qualitative method. Based on data sources through the results of interviews and documentation.

The results show that Instagram as a form of internet marketing can be a tool in attracting consumers to buy a product. Instagram through marketing communication activities pay attention to several stages related to planning, implementation, and evaluation. Important elements that are carried out include: goal setting, planning content creation, uploading.

Keywords: Marketing Communication, Instagram, Molay, Internet Marketing.

