



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Digital Advertising&Marketing Communication

Dhindi Dicadia
44316010083

Penggunaan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran online dalam upaya meningkatkan penjualan produk Y.O.U Makeups

Jumlah halaman : 90 Halaman + 20 Lembar lampiran
Bibliografi : 42 Acuan, Tahun 1975-2018

ABSTRAK

Perkembangan teknologi internet di Indonesia pada saat ini berkembang sangatlah pesat. Hal ini dapat memberikan kemudahan kepada para pengusaha untuk melakukan promosi penjualan di aplikasi media sosial yang tersedia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan dari *social media* Instagram sebagai media komunikasi pemasaran online dalam upaya meningkatkan penjualan produk yang dijual oleh *Y.O.U Makeups*.

Penelitian ini menggunakan konsep-konsep yang terkait dengan Konsep pemasaran era digital dan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran *online*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma post-positivistik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data Wawancara mendalam dengan 1 narasumber yang merupakan pihak dari *Y.O.U Makeups* dan 3 pengikut dan konsumen dari *Y.O.U Makeups* dan observasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Y.O.U Makeups* memilih untuk menggunakan Instagram karena Instagram adalah media sosial yang paling banyak penggunanya di Indonesia. Kesimpulan dalam penelitian ini, Dalam penggunaannya, *Y.O.U Makeups* melakukan pendekatan dengan pelanggan nya melalui kegiatan *giveaway* dan *tips and trick*. Saran untuk *Y.O.U Makeups* kedepannya, agar lebih sering melakukan *endorse* terhadap *beauty vlogger* agar konsumen lebih memahami informasi terkait dengan produk yang ditawarkan.

Kata Kunci: *Komunikasi Pemasaran Digital, Promosi, Instagram*



Mercu Buana University
Faculty of Communication
Field of Digital Advertising & Marketing Communication Studies

Dhindi Dicadia
44316010083

Y.O.U Makeups Digital Marketing Communication Strategies via Instagram
@youmakeups_id (May 2020 Period)

Number of pages : 90 Pages + 20 Sheets attached
Bibliography : 42 Reference, 1975-2018

ABSTRACT

The development of internet technology in Indonesia at the time This development is growing very rapidly. This can make it easier for entrepreneurs to do sales promotions on the available social media applications. The purpose of this study is to determine the use of social media Instagram as an online marketing communication media in an effort to increase sales of products sold by Y.O.U Makeups.

This research uses concepts related to digital marketing concepts and Instagram as a medium of online marketing communication.

This research using a qualitative approach with a post-positivistic paradigm. The method used in this study is a qualitative descriptive data collection technique. In-depth interviews with 1 resource person who is a party of Y.O.U Makeups and 3 followers and consumers of Y.O.U Makeups and observations.

The results of this study indicate that Y.O.U Makeups chose to use Instagram because Instagram is the most widely used social media in Indonesia. The conclusion in this study, In its use, Y.O.U Makeups approached its customers through giveaway activities and tips and tricks. Suggestions for Y.O.U Makeups in the future, so that more often endorse the beauty vlogger so that consumers better understand information related to the products offered.

Keywords: Digital Marketing Communication, Promotion, Instagram