



**Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Universitas Mercu Buana**

Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

Sandra Oktavia

44318120037

Implementasi Promosi dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Awareness dan Penjualan Tukangroti.com di tahun 2020

Bibliografi: 5 Bab, 82 halaman + Lampiran

### **ABSTRAK**

Disaat pandemi Covid-19 ditahun 2020 sangat mempengaruhi usaha kecil, menengah dan mikro yang penjualan offlinenya diubah menjadi penjualan online. Instagram menjadi tempat untuk melakukan promosi dan penjualan yang efektif disaat masa pandemi Covid-19, tukangroti.com memanfaatkan momen tersebut untuk Promosi dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Awareness dan Pembelian Tukangroti.com di tahun 2020. Teori yang digunakan adalah Komunikasi Pemasaran, Promosi Digital, Instagram sebagai alat promosi, Brand Awareness dan Penjualan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan Paradigma Postpositivisme dengan deskriptif kualitatif. Data yang di dapat menggunakan teknik wawancara.

Hasil dari penelitian ini adalah Tukangroti memilih media sosial Instagram sebagai media promosi yang ditujukan untuk meningkat brand awareness dan penjualan. Pelaksanaan promosi yang dilakukan Tukangroti yaitu dengan melakukan iklan melalui media sosial (Instagram ads), mengangkat konsep informasi yang disesuaikan dengan khalayak sasaran, memberikan promosi berupa potongan harga, dan menawarkan produk gratis untuk syarat dan ketentuan yang berlaku untuk menarik audiens Tukangroti.

Kata Kunci: Implementasi, Promosi, Penjualan, Instagram



**Mercu Buana University**  
**Faculty of Communication**  
*Advertising & Communication Marketing Major*

*Sandra Oktavia*

*44318120037*

*Implementasi Promosi dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Awareness dan Penjualan Tukangroti.com di tahun 2020*

*Bibliography: 5 Bab*

#### ABSTRACT

*When the Covid-19 pandemic in 2020 greatly affected small, medium and micro businesses whose offline sales were converted into online sales. Instagram is a place for effective promotions and sales during the Covid-19 pandemic, artisroti.com takes advantage of this moment for Promotion and Digital Marketing to Increase Awareness and Purchase of Tukangroti.com in 2020. The theory used is Marketing Communication, Digital Promotion, Instagram as a promotional tool, Brand Awareness and Sales. This research is a qualitative research using Postpositivism Paradigm with qualitative descriptive. The data can be used using interview techniques.*

*The results of this study are Tukangroti chose Instagram as a social media promotion aimed at increasing brand awareness and sales. The promotion carried out by Tukangroti is by advertising through social media (Instagram ads), raising the concept of information tailored to the target audience, providing promotions in the form of discounts, and offering free products for the terms and conditions that apply to attract Tukangroti's audience.*

*Keywords: Implementation, Promotion, Sales, Instagram*