

RINGKASAN

Promosi melalui media sosial digunakan karena dapat meningkatkan penjualan dengan menjangkau pelanggan atau pasar yang lebih luas tanpa memerlukan biaya yang mahal. Shopee merupakan salah satu *marketplace* yang menggunakan Instagram sebagai media untuk promosi dengan berbagai pilihan produk dan jasa di Indonesia. Laporan tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bauran promosi Instagram yang dilakukan oleh Shopee. Metode pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian, Shopee sudah menerapkan dengan efektif bauran promosi melalui Instagram dengan menggunakan *fitur-fitur* yang ada pada Instagram bisnis. Salah satu bauran promosi yang memiliki peran besar dalam promosi adalah periklanan. Iklan Instagram seperti iklan foto, iklan video dan iklan *stories*. Shopee memberikan begitu banyak promo-promo menarik, *giveaway*, serta hal-hal positif dari *brand ambassador* dan *influencer* yang sudah tertanam di masyarakat tentang berbelanja di Shopee. Namun, pada penjualan langsung belum optimal dilakukan. Dengan begitu, Shopee harus meningkatkan lagi promosi yang sudah dilakukan, seperti memanfaatkan *fitur-fitur* Instagram yang jarang dimanfaatkan seperti *fitur* QnA.

Kata Kunci : Media Sosial, Promosi, Shopee

UNIVERSITAS
MERCU BUANA