

ABSTRAK

Nama : Endina Novita Sari
NIM : 44318120009
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Promosi Purnama beauty
@purnamabeautyofficial dalam mempertahankan penjualan melalui
Instagram
Pembimbing : Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

Pengembangan sebuah produk pada perusahaan tidak serta merta hanya membutuhkan *good packaging* jika tidak dibarengi dengan aktivitas promosi yang dilakukan dan dengan berkembangnya teknologi dan terjadinya covid-19 tahun 2020 membuat semua beradaptasi dengan cepat dalam penggunaan teknologi komunikasi salah satunya media sosial Instagram, dalam fenomena tersebut dimanfaatkan oleh banyak perusahaan untuk melakukan aktivitas promosi yang dilakukan di sosial media Instagram salah satunya purnama beauty yang menerapkan aktivitas promosi di dalam sosial media Instagram. Tujuannya yaitu untuk mengetahui bagaimana aktivitas promosi yang dilakukan @purnamabeautyofficial melalui Instagram dalam mempertahankan penjualan.

Konsep teori yang digunakan pada penelitian ini menggunakan konsep komunikasi pemasaran yang dijelaskan lebih dalam mengenai penerapan 4C *context, communication, collaboration, dan connection* menurut Chris Heuer (2010) dalam Aktivitas promosi di Media Sosial.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan metode penelitian kualitatif. Pengumpulan datanya dengan wawancara mendalam (*indepth interview*) dan observasi. Peneliti menggunakan Analisa data triangulasi.

Hasil Penelitian ini menjelaskan bahwa aktivitas promosi purnamabeauty @purnamabeautyofficial dalam mempertahankan penjualan menerapkan penyampaian promosi di media sosial menggunakan 4 4C *context, communication, collaboration, dan connection* dan dalam aktivitasnya tersebut mendapatkan feedback yang baik dari calon konsumen dan dapat mempertahankan penjualan.

Kata kunci : Aktivitas Promosi, Komunikasi Pemasaran, Media Sosial.

ABSTRACT

Name : Endina Novita Sari
NIM : 44318120009
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title Internship Report : Aktivitas Promosi Purnama beauty
@purnamabeautyofficial dalam mempertahankan penjualan melalui
Instagram
Counsellor : Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

The development of a product in a company does not necessarily only require good packaging if it is not accompanied by promotional activities carried out and with the development of technology and the occurrence of covid-19 in 2020 makes all adapt quickly in the use of communication technology, one of which is Instagram social media, in this phenomenon is used by many companies to carry out promotional activities carried out on Instagram social media, one of which is purnama beauty that implements promotional activities on Instagram social media. The goal is to understand how promotional activities carried out @purnamabeautyofficial through Instagram in maintaining sales.

The theoretical concepts used in this study use the concept of marketing communication which is explained more deeply regarding the application of 4C context, communication, collaboration, and connection according to Chris Heuer (2010) in promotional activities on Social Media.

This research uses the paradigm of constructivism and qualitative research methods. Data collection with indepth interviews and observations. Researchers used triangulation data analysis.

The results of this study explained that full-time promotional activities @purnamabeautyofficial in maintaining sales implement promotional delivery on social media using 4 4C contexts, communication, collaboration, and connection and in these activities get good feedback from potential consumers and can maintain sales.

Keywords : *Promotion Activity, Marketing Communications, Social Media.*