

ABSTRAK

Nama	: Mikha Euphivania Abast
NIM	: 44317120044
Program Studi	: Marketing Komunikasi Dan Periklanan
Judul Laporan Magang/Tesis/Disertasi	: IMPLEMENTASI IMC TOOLS SEBAGAI STRATEGI @AYEDENIM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK MODE BUSANA MELALUI INSTAGRAM TAHUN 2021
Pembimbing	: Wiyanto Hidayatullah, S.Ikom, M.Ikom

Teknologi memungkinkan bisnis berjalan pesat baik dari segi perjalanan konsumen lancar, intuitif, dan menghemat waktu. Instagram menjadi media sosial dengan pertumbuhan tercepat saat ini. Instagram merupakan salah satu media sosial yang biasa digunakan untuk berbelanja. Platform ini sebenarnya dirancang sebagai aplikasi berbagi foto & video.

Seiring berjalannya waktu, pasar terbentuk di dalam Instagram. Aplikasi ini memungkinkan seseorang untuk menggunakan ponsel mereka untuk mengambil foto, memilih filter untuk mengubah gambar, dan mempostingnya di aplikasi yang selanjutnya dapat digunakan sebagai media penjualan.

Peneliti menggunakan teori dari Kotler dan Amstrong baruan komunikasi yang meliputi elemen-elemen baruan promosi, serta menggunakan teori IMC Tools. Hal ini menunjukkan mengenai penerapan strategi komunikasi pemasaran yang di terapkan @ayedenim untuk meningkatkan penjualan produk busana pria mereka dengan media Instagram pada tahun 2021. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan memakai paradigma konstruktivis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan memakai teknik pengumpulan data menggunakan wawancara.

Berdasarkan hasil penelitian melalui data wawancara dan analisis peneliti menyimpulkan bahwa Implementasi IMC Tools Sebagai Strategi @AYEDENIM untuk Meningkatkan Penjualan Produk Mode Busana Melalui Instagram Tahun 2021 telah berhasil dilakukan dan ada peningkatan penjualan setiap tahunnya.

Kata Kunci : Implementasi, Bauran Pemasaran, Penjualan, Produk Busana Pria, Instagram

ABSTRACT

Name : Mikha Euphivania Abast
NIM : 44317120044
Study Program : Marketing Communication
And Advertising
Title Internship Report/Thesis/Dissertation : IMPLEMENTATION OF IMC
TOOLS AS @AYEDENIM'S
STRATEGY TO INCREASE
SALES OF FASHION PRODUCTS
VIA INSTAGRAM IN 2021
Counsellor : Wiyanto Hidayatullah, S.Ikom,
M.Ikom

Technology enables businesses to run fast both in terms of consumer journeys that are smooth, intuitive, and save time. Instagram is the fastest growing social media today. Instagram is one of the social media that is commonly used for shopping. This platform is actually designed as a photo & video sharing app.

Over time, a market is formed within Instagram. This application allows an individual to use their mobile phone to take a photo, select a filter to change the image, and post it on the application which can then be used as a sales medium.

Researchers use the theory of Kotler and Armstrong's new communication which includes the elements of new promotion, as well as using IMC Tools theory. This shows the implementation of the marketing communication strategy implemented by @ayedenim to increase sales of their men's clothing products with Instagram media in 2021. This research is a qualitative research using a constructivist paradigm. The method used in this study is a qualitative method using data collection techniques using interviews.

Based on the results of the research through interview data and analysis, the researchers concluded that the Implementation of IMC Tools as @AYEDENIM's Strategy to Increase Sales of Fashion Fashion Products via Instagram in 2021 has been successfully carried out and there has been an increase in sales every year.

Keywords: Implementation, Marketing Mix, Sales, Men's Clothing Products, Instagram