

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Promosi Kepiting Nyinyir Melalui Media Sosial Instagram”. Strategi promosi merupakan kegiatan yang direncanakan dengan menggunakan berbagai variabel-variabel promosi sebagai alat dengan maksud turut ikut menentukan performa suatu perusahaan atau usaha bisnis yang juga membujuk dan merangsang konsumen agar membeli produk perusahaan, sehingga bertujuan untuk meningkatkan penjualan yang diharapkan dapat tercapai. Strategi promosi sangat penting bagi sebuah perusahaan baik yang memproduksi jasa maupun produk. Strategi promosi dilakukan agar produk atau jasa yang ditawarkan memiliki nilai ruang lingkup yang cukup luas sehingga dapat dikenal dan memberikan minat untuk membeli secara lebih efektif.

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan, mengkomunikasikan suatu produksi kepada masyarakat. Promosi yang efektif merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran bisnis. Faktor ini begitu penting, bahkan dapat menentukan keberhasilan atau kesuksesan bisnis. Selama berjalannya bisnis, tentu tidak akan berjalan di tempat dengan hanya menyediakan beberapa produk saja.

Tujuan penelitian ini sebagai syarat ujian sidang straya satu (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, Program studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Hubungan Masyarakat. Selain itu penelitian ini juga ditunjukkan untuk memberikan kontribusi dalam perkembangan kajian pada bidang Ilmu Komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan Hubungan Masyarakat.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan menggunakan model dari Philip Kotler dan Gery Amstrong mengusulkan lima sarana promosi utama yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*), penjualan personal (*personal selling*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Dan peneliti hanya menggunakan 4 iantar 5 sarana promosi.

Hasil penelitian strategi promosi melalui media sosial instagram yang dilakukan oleh Kepiting Nyinyir dalam menjalankan strategi pemasarannya dilakukan melalui media Instagram kepada konsumen untuk mencari tanggapan secara langsung atau memberikan tanggapan bahwa Instagram merupakan alat yang tepat dalam menyampaikan respon secara segera. Strategi ini terbukti dengan meningkatnya penjualan apalagi pada saat promo yang dilakukan bahwa strategi pemasaran yang mendapatkan respon secara langsung dapat dirasakan oleh konsumen melalui media khususnya media sosial Instagram dengan konten yang mempunyai nilai-nilai promonya baik dalam skala promosi kecil maupun besar

Kata Kunci : Strategi Promosi, Media Sosial, Masyarakat

ABSTRACT

This research is entitled "Nyinyir Crab Promotion Strategy through Instagram Social Media". Promotion strategy is an activity that is planned by using various promotional variables as a tool with the intention of contributing to determining the performance of a company or business venture which also persuades and stimulates consumers to buy the company's products, so that it aims to increase sales that are expected to be achieved. A promotion strategy is very important for a company that produces both services and products. The promotion strategy is carried out so that the product or service offered has a wide enough scope value so that it can be recognized and provide an interest in buying more effectively.

Promotion is an activity carried out to introduce, communicate a production to the community. Effective promotion is an essential element in any business marketing strategy. This factor is so important, it can even determine the success or success of a business. During the course of the business, of course, it will not run in place by only providing a few products.

The purpose of this research is as a prerequisite for the first trial (S1) Faculty of Social and Political Sciences, Pasundan University, Bandung, Communication Studies Program, Concentration of Public Relations. In addition, this research is also shown to contribute to the development of studies in the field of Communication Sciences, especially those related to Public Relations.

The research method used is a qualitative method using a model from Philip Kotler and Gery Armstrong proposing five main promotional tools, namely advertising, sales promotion, public relations, personal selling, and marketing. direct (direct marketing). And researchers only use 4 of 5 promotional tools.

The results of research on promotional strategies through Instagram social media carried out by Kepiting Nyinyir in carrying out its marketing strategies were carried out through Instagram media to consumers to seek direct responses or provide feedback that Instagram is the right tool in delivering immediate responses. This strategy is proven by the increase in sales, especially when the promo is carried out that marketing strategies that get a direct response can be felt by consumers through the media, especially Instagram social media with content that has promotional values both in small and large promotional scales.

Keywords: Promotion Strategy, Social Media, Society

RINGKESAN

Panilitian ieu judulna "Strategi Promosi Kepiting Nyinyir ngaliwatan Média Sosial Instagram". Strategi promosi mangrupikeun kagiatan anu direncanakeun ku ngagunakeun sababaraha variabel promosi salaku alat kalayan tujuan pikeun masihan sumbangan pikeun nangtoskeun kinerja perusahaan atanapi usaha bisnis anu ogé ngarayu sareng ngarangsang konsumén pikeun mésér produk perusahaan, supados tujuanna ningkatkeun penjualan anu diarepkeun kahontal. Strategi promosi penting pisan pikeun perusahaan anu ngahasilkeun jasa sareng produk. Strategi promosi dilaksanakeun sahingga produk atanapi jasa anu ditawarkeun ngagaduhan nilai ruang lingkup anu cekap sahingga tiasa dikenal sareng masihan minat pikeun mésér kalayan langkung épéktip.

Promosi mangrupikeun kagiatan anu dilakukeun pikeun ngenalkeun, komunikasi produksi pikeun masarakat. Promosi épéktip mangrupikeun unsur penting dina strategi pemasaran bisnis naon waé. Faktor ieu penting pisan, bahkan tiasa nangtoskeun kasuksésan atanapi kasuksésan dina bisnis. Dina mangsa bisnis, tangtosna, éta moal ngajalankeun tempatna ku ngan ukur nyayogikeun sababaraha produk.

Tujuan tina panilitian ieu mangrupikeun prasyarat pikeun sidang anu munggaran (S1) Fakultas Ilmu Sosial sareng Politik Universitas Pasundan, Bandung, Program Studi Komunikasi, Konsentrasi Hubungan Masyarakat. Salian ti éta, panilitian ieu ogé ditingalikeun pikeun nyumbang kana kamekaran studi dina bidang Ilmu Komunikasi, utamina anu aya hubunganana sareng Hubungan Masyarakat.

Métode panilitian anu digunakeun nyaéta metodeu kualitatif ngagunakeun modél ti Philip Kotler sareng Gery Armstrong ngusulkeun lima alat promosi utama, nyaéta iklan, promosi penjualan, hubungan masarakat, jual pribadi, sareng pamasaran. Langsung (pamasaran langsung). Sareng panaliti ngan ukur nganggo 4 tina 5 alat promosi.

Hasil panilitian ngeunaan stratégi promosi ngalangkungan média sosial Instagram anu dilakukeun ku Kepiting Nyinyir dina ngalaksanakeun stratégi pamasaran na dilakukeun ngalangkungan média Instagram ka konsumén pikeun milarian réspon langsung atanapi nyayogikeun tanggapan yén Instagram mangrupikeun alat anu pas dina ngirim réspon langsung. Strategi ieu kabuktosan ku kanaékan penjualan, khususna nalika promo dilaksanakeun yén strategi pemasaran anu kéngingkeun réspon langsung tiasa dirasakeun ku konsumen ngalangkungan média, khususna média sosial Instagram kalayan eusi anu ngagaduhan nilai promosi boh dina alit sareng skala promosi ageung.

Kata konci: Strategi Promosi, Média Sosial, Masarakat