

## ABSTRAK

Hadirnya media baru memberikan perubahan pada komunikasi pemasaran. Media baru dalam hal ini internet telah banyak mempengaruhi cara individu melakukan pemasaran. Dulu jika orang berfikir mengenai konsep pemasaran, maka mereka akan memikirkan suatu cara yang rumit seperti biaya pemasaran yang akan dikeluarkan, tenaga kerja yang harus dibayar dan target pasar yang sulit dijangkau. Namun hal itu berbeda ketika hadirnya internet yang memunculkan media sosial. Siapa saja dapat melakukan kegiatan pemasaran tanpa mengeluarkan biaya besar dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi penjualan Risol Ningrat Yogyakarta melalui Instagram dalam meningkatkan jumlah konsumen. Pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa salah satu upaya pemasaran yang dapat digunakan oleh Risol Ningrat dalam memasarkan produk usahanya adalah dengan menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana promosi. Instagram Risol Ningrat telah mampu meningkatkan jumlah konsumen. Hal ini terlihat dari adanya peningkatan pendapatan sebelum dan sesudah menggunakan Instagram berkisar antara 5-10 juta perbulan. Melalui media sosial Instagram, Risol Ningrat membuat program-program penawaran yang membantu mereka dalam menarik minat beli konsumen, seperti memberikan potongan harga atau diskon *voucher* 50%, mengadakan lomba *photo contest*, lomba tebak risol, dan layanan *delivery order* tanpa ongkos kirim.

Kata kunci : Promosi Penjualan, Jumlah Konsumen, Instagram, Risol Ningrat.

## **ABSTRACT**

The presence of new media provide a change to the marketing communications. Internet is a new medium that greatly affect the way people do marketing. In the past when people think about marketing concepts, then they will think of a way complicated as marketing costs to be incurred, workers must be paid and the target market that are difficult to reach. But it is different when the presence of the Internet gave rise to social media. Anyone can perform marketing activities without having to spend big and can reach a wider market. Anyone can do activities marketing without removing a great cost and can reach the broader market. The purpose of this research is to find a strategy of promotion sales Risol Ningrat yogyakarta through Instagram in increase the number of consumers. Data collection using interviews and observation. Instrument analysis in this research using analysis qualitative. These results indicate that one of the marketing efforts that can be used by Risol Ningrat in marketing efforts is to use Instagram social media as a promotional tool. Instagram Risol Ningrat have been able to increase of number of consumers. This is evident from the increase in income before and after use instagram ranged from 5-10 million a month. Through social media Instagram, Risol Ningrat create programs that help them in their offers to attract consumers to buy, such as giving rebates or discount voucher of 50%, quiz Risol contest, and services delivery order without postage .

Keywords: sales promotion, increase of consumers, Instagram, Risol Ningrat