

ABSTRAK

Eugenia Rana Sintya (01041170093)

AKTIVITAS PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM YUMMY BOX

(xv + 68 halaman; 43 gambar; 13 lampiran)

Keywords : Yummy Box, Media Sosial, Generasi Millennial, *Start-up*

Dewasa ini, kemajuan teknologi sudah bertumbuh dan berkembang cukup cepat, mulai dari tradisional menjadi modern. Pada era globalisasi ini, perusahaan *start-up* mulai berkembang sangat pesat dan saat ini kita bisa melihat bahwa sudah banyak perusahaan startup yang berhasil menemukan target pasar yang diinginkan. Hal ini bisa dilihat dari bagaimana cara manusia berkomunikasi yang sudah beralih ke komunikasi digital seperti melalui media sosial. Saat ini, media sosial seperti Instagram sudah menjadi jembatan manusia untuk berkomunikasi dan mengarahkan pendapat. Di dalam perusahaan ini, terdapat divisi Yummy Box yang sudah menerapkan komunikasi digital untuk melakukan sebuah promosi produk atau yang kita kenal dengan pemasaran. Perusahaan yang bergerak di bidang makanan online ini, mengandalkan Generasi Millennial untuk ikut ambil dalam pertumbuhan *start-up*.

Adapun demikian, kesimpulan yang dapat diambil yaitu aktivitas di dalam media sosial terutama Instagram mengalami kenaikan yang cukup baik dalam jumlah produk penjualan. Produk yang dijual antara lain adalah catering makanan online yang terjual sebanyak 22,86%. Media sosial yang digunakan untuk mempromosikan produk juga fokus hanya menggunakan platform Instagram sebagai jembatan antara penjual dan pembeli.

Referensi : 31 (2009-2020)

ABSTRACT

Eugenia Rana Sintya (01041170093)

MARKETING ACTIVITIES THROUGH THE YUMMY BOX INSTAGRAM SOCIAL MEDIA

(xv + 68 pages; 43 pictures; 13 Appendices)

Keywords : Yummy Box, Social Media, Millennial Generation, *Start-up*

Nowadays, technological advances have grown and developed quite rapidly, from traditional to modern. In this era of globalization, start-up companies are starting to grow very rapidly and now we can see that many startup companies have succeeded in finding their desired target market. This can be seen from how humans communicate which have switched to digital communication, such as through social media. Currently, social media like Instagram have become a human bridge to communicate and direct opinions. Within this company, there is a Yummy Box division that has implemented digital communication to carry out a product promotion or what we know as marketing. This company engaged in the online food sector, relies on the Millennial Generation to take part in the growth of start-ups.

Meanwhile, the conclusion that can be drawn is that activities on social media, especially Instagram, have increased quite well in the number of sales products. Products sold include online food catering, which sold 22.86%. Social media used to promote products also focuses on only using the Instagram platform as a bridge between sellers and buyers.

Reference : 31 (2009-2020)