

ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT PROMOSI BAGI USAHA BUTIK ESTER HOLI ETNIK KARO KABANJAHE

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial dapat digunakan sebagai alat promosi bagi usaha Ester Holi Etnik Karo Kabanjahe. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif yang dibuat dengan pendekatan kualitatif dimana meliputi survey lapangan dan didukung dengan penulisan fakta-fakta terhadap berbagai masalah dengan menggunakan penelitian kualitatif untuk menjawab permasalahan yang ada dan mengambil kesimpulan dari penelitian ini. Sampel dari penelitian ini berjumlah 10 orang yang merupakan pemilik, karyawan, dan *Reseller* dari Butik Ester Holi Etnik Karo Kabanjahe. Instrumen penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, dan analisis data yang berupa triangulasi teknik, triangulasi sumber dan reduksi data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang digunakan sudah baik dan dapat memberikankemudahan, kepercayaan terhadap media sosial sudah baik, Kualitas informasi yang diberikan oleh lewat media sosial sudah baik dan sesuai dengan fakta, Pesan promosi sudah dibuat dengan sederhana, media yang digunakan dalam promosi dapat membantu dan mempermudah promosi, waktu yang tepat dilakukan untuk promosi saat waktu istirahat ataupun saat waktu senggang, dan frekuensi promosi yang dilakukan dari 2 sampai 4 kali promosi dalam sehari dan promosi yang dilakukan dapat menjangkau ratusan orang dalam sehari.

Kata Kunci : Media Sosial, Promosi

QUALITY
BERASTAGI

ANALYSIS OF SOCIAL MEDIA USE AS A PROMOTIONAL TOOL FOR THE ESTER HOLI KARO ETHNIC BOUTIQUE BUSINESS KABANJAHE

ABSTRACT

This research was conducted to find out how the use of social media can be used as a promotional tool for the Ester Holi Ethnic Karo Kabanjahe business. This research uses a type of descriptive research made with a qualitative approach which includes a field survey and is supported by explaining the facts regarding various problems using qualitative research to answer existing problems and draw conclusions from this research. The sample from this research consisted of 10 people who were owners, employees and resellers of the Ester Holi Etnik Karo Kabanjahe Boutique. This research instrument uses observation, interviews, documentation and data analysis in the form of technical triangulation, source triangulation and data reduction. The results of this research show that the use of social media is good and can provide convenience, trust in social media is good, The quality of information provided via social media is good and in accordance with the facts, Promotional messages have been made simply, The media used in promotion can help and facilitate promotion, The right time to do promotions is during breaks or free time, and the frequency of promotions carried out is from 2 to 4 promotions a day and the promotions carried out can reach hundreds of people a day.

Keywords :Social media, Promotion

**QUALITY
BERASTAGI**