

STRATEGI *SOCIAL MEDIA MARKETING* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN *SMARTPHONE* PADA GADGETINAJAAA

Akhmad Izza Rofiqo
Manajemen *Creative Digital Marketing*

Pembimbing:
Indarini
Dudi Anandya

ABSTRAK

Gadgetinajaaa merupakan sebuah bisnis jual beli *smartphone* bekas yang menghadapi tantangan berupa ketatnya persaingan harga pada *platform* Facebook serta keterbatasan jangkauan pemasaran di media sosial. Skripsi ini dibuat dengan tujuan untuk membahas strategi *Social Media Marketing* melalui *platform* Instagram yang dapat membantu meningkatkan jangkauan audiens, memperkuat *brand awareness*, serta mendorong peningkatan penjualan Gadgetinajaaa. Metode yang digunakan adalah tujuh tahapan *Social Media Marketing* mulai dari *Situation Analysis*, *Objectives and Budgeting*, *Target Audience*, *Select Social Media Zone and Vehicles*, *Create an Experience*, *Establish an Activation Plan*, hingga *Manage and Measure*. Hasil dari penerapan strategi dengan tujuh tahapan *Social Media Marketing* adalah membantu memperkuat citra profesional Gadgetinajaaa serta meningkatkan tingkat kepercayaan calon konsumen, strategi ini juga membantu meningkatkan penjualan Gadgetinajaaa. Selain itu, strategi ini dapat dijadikan landasan berkelanjutan bagi Gadgetinajaaa untuk memperkuat posisinya di pasar *smartphone* bekas dan mengurangi ketergantungan pada *platform* dengan persaingan harga tinggi seperti pada *platform* Facebook.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, Instagram, Pemasaran Digital,
Smartphone Bekas.

SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGIES TO INCREASE SMARTPHONE SALES AT GADGETINAJAAA

Akhmad Izza Rofiqo
Creative Digital Marketing Management

Pembimbing:
Indarini
Dudi Anandya

ABSTRACT

Gadgetinajaaa is a business that sells used smartphones and faces challenges in the form of fierce price competition on Facebook and limited marketing reach on social media. This thesis was written with the aim of discussing Social Media Marketing strategies through the Instagram platform that can help increase audience reach, strengthen brand awareness, and drive sales growth for Gadgetinajaaa. The method used involves seven stages of Social Media Marketing: Situation Analysis, Objectives and Budgeting, Target Audience, Select Social Media Zone and Vehicles, Create an Experience, Establish an Activation Plan, and Manage and Measure. The result of implementing a strategy with seven stages of Social Media Marketing is to help strengthen Gadgetinajaaa's professional image and increase the level of trust of potential consumers, this strategy also helps increase Gadgetinajaaa's sales.. Additionally, this strategy can serve as a sustainable foundation for Gadgetinajaaa to strengthen its position in the used smartphone market and reduce its dependence on platforms with high price competition, such as Facebook.

*Keywords: Social Media Marketing, Instagram, Digital Marketing,
Used Smartphones.*