

ABSTRAK

Pada saat ini, perkembangan teknologi dan internet bertumbuh dengan pesat khususnya di Indonesia. Dengan bertumbuh pesatnya perkembangan teknologi, menyebabkan segala sesuatu dapat dikerjakan dengan mudah oleh masyarakat. Sehingga, menumbuhkan rasa menuntut segala sesuatu menjadi cepat, praktis, dan efisien dalam jiwa masyarakat Indonesia. Dengan semakin meningkatnya penggunaan internet, menunjukkan bahwa penggunaan media sosial juga meningkat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi bauran promosi yang dilakukan oleh PT. Mojadi Aplikasi Indonesia (Mojadiapp) di media sosial instagramnya. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis data analisis deskriptif. Populasi dari penelitian ini adalah para *followers* Instagram PT. Mojadi Aplikasi Indonesia (@mojadiapp) dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* karena sampel yang diambil adalah secara tidak acak dan terdapat kriteria tertentu. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan metode survei yang dilakukan secara *online* melalui *google form*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh sub variabel bauran promosi yang terdiri dari periklanan, hubungan masyarakat, promosi penjualan, dan pemasaran langsung mendapatkan hasil skor presentase yang termasuk dalam kategori baik. Periklanan mendapatkan hasil skor presentase 89,6%, hubungan masyarakat mendapatkan hasil skor presentase 89,24%, promosi penjualan mendapatkan hasil skor presentase 89,04%, dan pemasaran langsung mendapatkan hasil skor presentase 91,52%.

Kata Kunci: Bauran Promosi, Media Sosial, Instagram, Mojadiapp