

**GAMBARAN PENGGUNAAN MEDIA DIGITAL DALAM
MEMPROMOSIKAN PRODUK DI OPTIK TASIKMALAYA**

LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat Mencapai
Jenjang Pendidikan Diploma III Refraksi Optisi



Oleh:

Lina Lestari Djuniasari

40118008

**PROGRAM STUDI D-III REFRAKSI OPTISI
SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN
BAKTI TUNAS HUSADA
TASIKMALAYA
2021**

**GAMBARAN PENGGUNAAN MEDIA DIGITAL DALAM
MEMPROMOSIKAN PRODUK DI OPTIK TASIKMALAYA**

LAPORAN TUGAS AKHIR



Oleh:

Lina Lestari Djuniasari

40118008

**PROGRAM STUDI D-III REFRAKSI OPTISI
SEKOLAH TINGGI ILMU KESEHATAN
BAKTI TUNAS HUSADA
TASIKMALAYA
2021**

GAMBARAN PENGGUNAAN MEDIA DIGITAL DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK DI OPTIK TASIKMALAYA

Lina Lestari Djuniasari¹, Nur Laili Dwi Hidayati², Dian Leila Sari³

¹Program Studi DIII Refraksi Optisi, ²Program Studi S1 Farmasi, ³Akademi Refraksi Optisi
Leprindo Jakarta

Email: Linalestaridj123@gmail.com

ABSTRAK

Teknologi informasi dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan yang cukup melesat. Terdapat beberapa sosial media seperti Instagram dan Facebook yang mulai banyak dimanfaatkan untuk mempromosikan sebuah produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan media digital dalam mempromosikan produk di optik Tasikmalaya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sample yang digunakan pada penelitian ini berupa semua optikal yang sudah berizin yang mempromosikan dengan media digital di Tasikmalaya sejumlah 7 Optikal. Hasil penelitian pada penelitian adalah penggunaan media digital berupa instagram dan facebook sebanyak 43% responden menyatakan sangat setuju dan 43% responden menyatakan setuju. Penggunaan media digital digunakan untuk promosi optikal sebanyak 43% responden menyatakan sangat setuju dan 57% responden menyatakan setuju. Produk yang dipromosikan melalui media digital terdiri dari frame 86% dan soft lens 71%. Penggunaan media digital dapat meningkatkan omset penjualan mulai dari 15% sampai 82%

Kata kunci: Media digital, promosi, produk

ABSTRACT

Information technology in the last few years has developed quite rapidly. There are several social media such as Instagram and Facebook which are starting to be widely used to promote a product. The purpose of this study is to find out how the use of digital media in promoting products at optical Tasikmalaya. The research method used is qualitative with a descriptive research approach. Data collection techniques using a questionnaire. The sample used in this study is all optically licensed ones that promote digital media in Tasikmalaya with a total of 7 optics. The results of the research on the use of digital media in the form of Instagram and Facebook as many as 43% of respondents stated strongly agree and 43% of respondents agreed. The use of digital media is used for optical promotion as much as 43% of respondents stated strongly agree and 57% of respondents agreed. Products promoted through digital media consist of 86% frames and 71% soft lenses. The use of digital media can increase sales turnover from 15% to 82%

Keywords: Digital media, promotion, product