

IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN *ONLINE* MELALUI *WEBSITE* DAN MEDIA SOSIAL PADA MONUMEN YOGYA KEMBALI

Dewi Susilowati

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui implementasi komunikasi pemasaran *online* melalui *website* dan media sosial pada Monumen Yogya Kembali Yogyakarta yang terletak di Jalan Ringroad Utara, Dusun Jogkang, Sariharjo, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Pada era digitalisasi saat ini, komunikasi pemasaran khususnya media promosi adalah salah satu yang mengalami perubahan drastis. Monumen Yogya Kembali melakukan komunikasi pemasaran *online* dengan membuat akun di media sosial yaitu *instagram* @monjaliyogyakarta dengan 218 *followers* dan *facebook* Monjali dengan 438 teman terhitung April 2019 dan website www.monjali-jogja. Penelitian ini dilakukan karena komunikasi pemasaran *online* melalui media sosial (*instagram* dan *facebook*) serta *website* yang digunakan oleh pihak pengelola Monumen Yogya Kembali masih belum maksimal, sehingga kurang mendapat perhatian dari para pengguna media sosial (*instagram* dan *facebook*) serta *website*. Penelitian ini menggunakan metode diskriptif kualitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini nantinya dapat digunakan oleh pihak pengelola Monumen Yogya Kembali untuk memperbaiki dan memaksimalkan komunikasi pemasaran *online* melalui media sosial (*instagram* dan *facebook*) serta *website* milik Monumen Yogya Kembali, seperti memasang iklan berupa konten berbayar di *instagram* yang akan muncul secara otomatis saat pengguna *instagram* membuka beranda dan *insta story*, memasang iklan berupa konten berbayar di *facebook* yang akan muncul secara otomatis saat pengguna *facebook* membuka beranda, serta memaksimalkan pengelolaan *website* dengan menggunakan jenis *website* dinamis agar memberikan kesan profesional dan lebih menarik dengan begitu akan banyak yang tahu dan tertarik untuk berkunjung ke Monumen Yogya Kembali.

Kata Kunci : *Pemasaran Online, Instagram, Facebook, Website*

**THE ONLINE MARKETING COMMUNICATION IMPLEMENTATION
THROUGH WEBSITE DAN SOCIAL MEDIA AT YOGYA KEMBALI
MONUMENT**

Dewi Susilowati

Abstract

This research was conducted to determine the implementation of online marketing communication through websites and social media at Yogya Kembali Monument Yogyakarta which is located on Jalan Ringroad Utara, Dusun Jongkang, Sariharjo, Sleman Regency, Yogyakarta. In the current digitalization era, marketing communication, especially promotional media, is one that has experienced drastic changes. Yogya Kembali Monument conducts an online marketing communication by creating an account on social media namely Instagram @monjaliyogyakarta with 218 followers and Facebook Monjali with 438 friends from April 2019 and the website www.monjali-jogja. This research was conducted because online marketing communication through social media (Instagram and Facebook) as well as the website used by the Yogya Kembali Monument management was still not optimal, so that it received less attention from social media users (Instagram and Facebook) and the website. This study uses descriptive qualitative methods, data collected through questionnaires, observations and documentation. The results of this study can later be used by the organizer of Yogya Kembali Monument to improve and maximize online marketing communication through social media (Instagram and Facebook) as well as the website of the Yogya Kembali Monument, such as installing fish in the form of paid content on Instagram that will appear automatically when Instagram users open the homepage and Insta story, advertises in the form of paid content on Facebook that will appear automatically when Facebook users open the homepage, and maximizes website management by using dynamic website types to give a professional and more attractive impression so that many will know and are interested in visiting the Yogya Kembali Monument.

Keywords: *Online Marketing, Instagram, Facebook, Website*