**PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN SOSIAL MEDIA MENGGUNAKAN WHATSAPP PADA** **PT. KLICK EXPRESS MITRA GRAFIKA CABANG KATAMSO YOGYAKARTA**

**Jaka Soraya**

# Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana (1) Bagaimana penerapan komunikasi pemasaran sosial media menggunakan WhatsApp pada PT. Klick Express Mitra Grafika cabang Katamso Yogyakarta (2) Bagaimana persepsi konsumen terhadap penerapan komunikasi pemasaran sosial media menggunakan WhatsApp pada PT. Klick Express Mitra Grafika cabang Katamso Yogyakarta. Jenis penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif kuantitatif dengan metode perolehan data melalui kuesioner. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *non probability sampling* denganmenggunakan metode *purposive sampling* berjumlah 107 responden dengan kriteria *customer* dan konsumen baru PT. Klick Express Katamso yang memiliki aplikasi WhatsApp. Data penelitian ini diolah menggunakan SPSS versi 22 dan alat ukur yang digunakan untuk menentukan hasil angka penelitian adalah dengan analisis statistik deskriptif, uji instrumen penelitian yaitu uji validitas, uji reliabilitas dan uji *mean aritmatik*. Hasil analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan komunikasi pemasaran sosial media menggunakan WhatsApp efektif atau tergolong baik, walaupun terdapat konsumen yang beranggapan bahwa iklan melalui WhatsApp kurang menarik. Hasil persepsi konsumen terhadap penerapan komunikasi pemasaran sosial media menggunakan WhatsApp menunjukkan efektif dan tergolong baik.

**Kata Kunci:** *Media Sosial WhatsApp*



***THE APPLICATION OF SOCIAL MEDIA MARKETING COMMUNICATION USING WHATSAPP AT PT. KLICK EXPRESS MITRA GRAFIKA KATAMSO YOGYAKARTA BRANCH***

***Jaka Soraya***

# *Abstract*

*This study aims to find out how (1) How to implement social media marketing communication using WhatsApp at PT. Klick Express Mitra Graphic KatamsoYogyakarta branch (2) How are consumer perceptions of the application of social media marketing communications using WhatsApp at PT. Klick Express Mitra Graphic Katamso Yogyakarta branch. This type of research uses a descriptive quantitative data analysis method with data acquisition method through questionnaires. The technique used in sampling is non-probability sampling using a purposive sampling method totaling 107 respondents with the criteria of new customers and consumers of PT. Klick Express Katamso which has the WhatsApp application. The research data was processed using SPSS version 22 and the measuring instrument used to determine the results of the research numbers was descriptive statistical analysis, the research instrument test was validity test, reliability test and arithmetic mean test. The results of data analysis in this study indicate that the application of social media marketing communication using WhatsApp is effective or classified as good, although there are consumers who think that advertising through WhatsApp is less attractive. The results of consumer perceptions of the application of social media marketing communication using WhatsApp show that it is effective and classified as good.*

***Keywords:*** *WhatsApp Social Media*