

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu negara agraris terbesar kedua di dunia setelah Brazil. Sebagian besar penduduk di Indonesia bekerja dalam bidang pertanian. Sebagai negara agraris Indonesia di anugerahi kekayaan alam yang melimpah ditambah posisi Indonesia yang sangat strategis, mulai dari sisi geografis yang menyebabkan Indonesia berada pada daerah tropis yang memiliki dua musim. CV. Dahan Putra Perkasa adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan produk pertanian. CV. Dahan Putra Perkasa terletak di Kabupaten Kediri. CV. Dahan Putra Perkasa juga disebut Dahan Diesel ini mengusung alat-alat perlengkapan petani. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak perusahaan di peroleh informasi bahwa untuk saat ini sosial media Youtube dinilai yang paling efektif dibandingkan dengan sosial media lainnya. Hal ini dikarenakan para petani yang berada di Kabupaten Kediri rata-rata menggunakan Youtube sebagai media informasi karena Youtube dapat menjangkau akses yang luas seperti tutorial menggunakan teknologi petani dan kualifikasi produk yang dimiliki CV. Dahan Putra Perkasa. Dengan adanya peran teknologi pertanian maka diharapkan akan dapat meningkatkan kualitas hasil pertanian, serta memudahkan bagi para pengelola sektor pertanian untuk mendapatkan hasil kerja yang optimal. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pelaksanaan promosi melalui media sosial Youtube pada CV. Dahan Putra Perkasa. Berdasarkan hasil penelitian tersebut peneliti menggunakan 8 bauran promosi yaitu *Advertising, Sales Promotion, Events and Experience, Public Relation, Direct Marketing, Online and Social Media Marketing, Mobile Marketing, Personal Selling*. Dalam hasil penelitian tersebut telah ditetapkan bahwa seluruh aspek yang berkaitan dengan CV. Dahan Putra Perkasa sudah menggunakan 8 aspek bauran promosi dan berdasarkan hasil wawancara Youtube sebagai salah satu media sosial yang mendukung CV. Dahan Putra Perkasa.

Kata Kunci : *Marketing Mix, Youtube*.