

ABSTRACT

Communication has become a very important part of human life wherever and whenever, because communication is needed to interact and establish relationships. By communicating, humans can meet the needs of life and achieve their life goals, one of which is that we can now communicate through social media. Warkop Tanjakan utilizes social media as a means to attract visitors to Warkop Tanjakan. In the past three years the social media currently used is Instagram. Warkop Tanjakan has an Instagram account, namely @warkoptanjakan with 78.7K followers or 78,700 followers. Visitors who can't come to the cafe can also see the live story event held by the warkop climbs. This is the uniqueness and privilege of Instagram in the process of product promotion or the Warkop Tanjakan place. The complete feature can remotely present Warkop Tanjakan's latest promotional uploads and bring those who are far away. The focus of this research is how to use Instagram @warkoptanjakan social media as a promotional media used by Warkop Tanjakan Bekasi cafe in increasing consumer interest. While the purpose of this research is the use of social media @warkoptanjakan as a marketing communication for Warkop Tanjakan in increasing visitor interest. The research method used by researchers in this study is a qualitative approach with descriptive methods, the data collection technique used is to conduct interviews

Keywords : Social Media, Promotion, Communication, Digital Marketing

ABSTRAK

Komunikasi telah menjadi bagian sangat penting untuk kehidupan manusia dimanapun dan kapanpun, karena komunikasi dibutuhkan untuk berinteraksi dan menjalin hubungan. Dengan berkomunikasi manusia dapat memenuhi kebutuhan hidup serta mencapai tujuan-tujuan hidupnya, salah satunya sekarang ini kita bisa berkomunikasi melalui media sosial. Warkop Tanjakan memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menarik minat pengunjung Warkop Tanjakan. Dalam kurun waktu tiga tahun media sosial yang saat ini digunakan adalah Instagram. Warkop Tanjakan memiliki akun instagram yaitu @warkoptanjakan dengan followers berjumlah 78,7K atau 78.700 pengikut. Pengunjung yang tidak bisa datang ke kafe juga bisa melihat live story event yang diselenggarakan warkop tanjakan. Inilah keunikan dan keistimewaan instagram dalam proses promosi produk ataupun tempat Warkop Tanjakan. Fitur lengkapnya bisa menyajikan secara jarak jauh unggahan promosi terbaru Warkop Tanjakan dan mendekatkan yang jauh. Fokus penelitian ini adalah Bagaimanakah pemanfaatan media sosial Instagram @warkoptanjakan sebagai media promosi yang digunakan kafe Warkop Tanjakan Bekasi dalam meningkatkan minat konsumen. Sedangkan tujuan dilakukannya penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial @warkoptanjakan sebagai komunikasi pemasaran Warkop Tanjakan dalam meningkatkan minat pengunjung. Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melakukan sesi wawancara.

Kata kunci : Media Sosial, Promosi, Komunikasi, Digital Marketing