

ANALISIS PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI KREATIF SUSU MBOK DARMI

Salsabilla Kania Suwandi, Fajarina
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul,
Jl. Harapan Indah Boulevard No.2, Bekasi
salsabillakania238@student.esaunggul.ac.id, fajarina@esaunggul.ac.id

ABSTRACT

This research is entitled Analysis of the Utilization of Instagram as a Creative Promotion Media for Mbok Darmi Milk. The purpose of this study was to determine the use of Instagram as a promotional medium for Mbok Darmi Milk. This research method uses case studies along with interpretive paradigm research designs with descriptive qualitative research types. Data collection techniques through in-depth interviews, observations, and documentation of key informants, namely the admin of the Susu Mbok Darmi Instagram account and informants, namely consumers or buyers as well as active followers of the Susu Mbok Darmi Instagram account totaling 3 people. Test data validity by triangulation. Data Analysis with data reduction, data view, and verification. The results of the research obtained are the use of Instagram social media by @susu_mbokdarmi accounts as promotional media using AISAS theory by utilizing the features provided by Instagram, very useful and plays an important role in increasing customer interest and followers of Susu Mbok Darmi. This is evidenced by the number of customers who know Susu Mbok Darmi from @susu_mbokdarmi account posts or Instagram features made specifically by the admin of the Susu Mbok Darmi Instagram account. The choice of Instagram as an active promotional medium is based on the reason Instagram has practicality and provides benefits for sales, namely only by uploading product photos or videos to Instagram accounts, then the photos are seen by consumers and consumers who are interested in buying.

Keywords: Instagram Role, Promotion, AISAS

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Analisis Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Kreatif Susu Mbok Darmi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan Instagram sebagai media promosi Susu Mbok Darmi. Metode penelitian ini menggunakan studi kasus beserta desain penelitian paradigma interpretatif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi kepada para key informan yaitu admin akun Instagram Susu Mbok Darmi dan informan yaitu konsumen atau pembeli sekaligus followers aktif akun Instagram Susu Mbok Darmi berjumlah 2 orang. Uji validitas data dengan triangulasi. Analisis Data dengan reduksi data, tampilan data, dan verifikasi. Hasil penelitian yang diperoleh adalah penggunaan media sosial Instagram oleh akun @susu_mbokdarmi sebagai media promosi menggunakan teori AISAS dengan memanfaatkan fitur-fitur yang telah disediakan oleh Instagram, sangat bermanfaat dan berperan penting dalam meningkatkan minat pelanggan dan pengikut Susu Mbok Darmi. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pelanggan yang mengenal Susu Mbok Darmi dari postingan akun @susu_mbokdarmi atau fitur Instagram yang dibuat khusus oleh admin akun Instagram Susu Mbok Darmi. Alasan Instagram dipilih sebagai media promosi aktif adalah karena mudah digunakan dan dapat meningkatkan penjualan—hanya dengan mengunggah foto atau video produk ke akunnya, lalu foto tersebut dilihat oleh pelanggan yang tertarik untuk membeli produk tersebut.

Kata kunci: Peran Instagram, Promosi, AISAS