

# PEMANFAAT MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Pada Akun Instagaram @archiekopi)

Oleh:

Moch. Choiril Anwar

Didik Hariyanto

Progam Studi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

juli, 2023



# Pendahuluan

Di era saat ini dunia digital sudah semakin berkembang pesat, dan semakin canggihnya smartphone didalamnya terdapat yang namanya media sosial. Instagram adalah salah satu media sosial yang paling populer, Sebagai wujud dari kemajuan teknologi semakin hari semakin berkembang pesat, Instagram sebuah aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dan video, penggunaan yang mudah membuat aplikasi Instagram ini membuat aplikasi ini banyak diminati berbagai kalangan. Baik untuk berbagi informasi sehari-hari maupun untuk bisnis. Munculnya berbagai macam usaha bisnis saat ini juga semakin berkembang, salah satunya bisnis coffe shop, Archie Kopi merupakan usaha kecil menengah dari Sidoarjo yang bergerak dibidang coffee shop, menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosinya.

# Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan promosi apa saja yang dilakukan oleh Archie Kopi dalam akun media sosial Instagram, dan mengetahui faktor-faktor apa yang membuat Instagram dipilih sebagai media promosi yang aktif.

# Metode

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Metode pendekatan penelitian kualitatif yang di gunakan oleh peneliti adalah studi kasus.

Penulis melakukan untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, yaitu dengan melakukan wawancara mendalam melalui narasumber internal dan eksternal dari Archie Kopi, melakukan observasi di akun sosial media @archiekopi, dengan teknik pengumpulan data berupa studi kepustakaan dan penelusuran data online.

# Pembahasan

1. Archie Kopi memanfaatkan media Instagram sebagai media promosi yang aktif. Dengan memanfaatkan berbagai macam fitur yang ada di Instagram, Archie Kopi berpromosi melalui beberapa konten-kontennya. Karena pengguna Instagram semakin hari semakin banyak, dan penggunaan Instagram yang praktis dan menarik hal itu di manfaatkan oleh sang owner Archie Kopi untuk melakukan promosi online.
2. Archie Kopi menggunakan bauran pemasaran dan strategi komunikasi pemasaran dalam Instagramnya. Dapat diketahui dalam isi konten-konten pada akun @archie kopi, Pada akun tersebut dapat dilihat bahwa Archie Kopi sangat aktif berpromosi di sosial media instagram.
3. Media sosial Instagram juga di manfaatkan oleh Archie Kopi sebagai sarana promosi untuk membangun citra dan menjalin hubungan. Dapat diketahui melalui beberapa unggahnya seperti mengadakan event turnamen game online dan berbagi takjil, hal tersebut dilakukan bertujuan untuk memperkenalkan Archie Kopi lebih luas lagi, membangun citra yang baik dan menjalin hubungan yang baik bagi konsumen maupun lingkungan sekitar.

# Hasil

Peneliti menyimpulkan bahwa Archie Kopi memnfaatkan media Instagram sebagai media promosi yang aktif. Mempromosikan produk dan kegiatan Archie Kopi dengan memanfaatkan berbagai fitur-fitur yang ada di Instagram. Pemilihan instagram sebagai media promosi yang aktif didasari oleh alasan bahwa Instagram memiliki kepraktisan dan memberikan manfaat terhadap penjualan yaitu hanya dengan mengunggah foto ataupun video produk ke akun instagram.

# Temuan Penting Penelitian

Dengan menggunakan bauran pemasaran dan strategi komunikasi pemasaran, melalui konten-konten pada Instargam Archie Kopi mengemas dengan menarik mulai dari konten produk sampai kegitannya menggunakan kalimat yang positif agar memberikan kesan keceriaan dan semangat. Hal tersebut bertujuan untuk membuat citra dan membangun hubungan yang baik agar publik mengenal Archie Kopi lebih luas lagi tertarik untuk membeli produknya.

# Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi penelitian dalam Ilmu Komunikasi, khususnya pada metode kualitatif dengan teori komunikasi pemasaran dan komunikasi massa lebih dalam dan terperinci. Serta dapat memberi manfaat bagi para pelaku usaha untuk melakukan strategi komunikasi melalui media sosial.

# Referensi

- [1] Thalitha, Farah. “ Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Bro.do”. Jurnal Pustaka Komunikasi. Hal : 134-149. 2022.
- [2] Ferdianty, Widayati. “ Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang”. Jurnal Dialektika. Volume 4, Nomer 2, September 2019.
- [3] Simon Kemp 2023. Digital Report 2023 : Indonesia.[Online]. Available : <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia> [Accessed: pada Juli.6, 2023].
- [4] Kurnianto. “ Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman Di Banjarbaru”. Artikel. 2020.
- [5] Lisa, Velantin. “ Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Media Promosi Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19”. Jurnal Ilmu Komunikasi. 2022.
- [6] Dinda, Reni. “ Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi”. Jurnal Common. Volume 3, Nomer 1. 2019.
- [7] Albi, Johan. Metodologi Penelitian Kualitatif. Hal 7. 2018
- [8] Jessica, Lusia. “ Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Mempromosikan Coffee Shop The Dancing Birds”. Jurnal Ilmu Komunikasi. 2022.
- [9] Efrina, Ayu. “Analisis Keputusan Pembelian Pada Konsumen Warung Kopi Nilang”. Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis. Volume 2 Nomer 1. 2022
- [10] Indira. “ Komunikasi Dan Publisitas Di Tinjau Dalam Komunikasi Massa”. Artikel. Volume 9, Nomer 2. 2018.
- [11] Rahma. “ Pengelolaan Media Sosial Instaram Dalam Membangun Citra Lembaga”. Skripsi. Hal: 47. 2021

