

ABSTRAK

Saat ini media sosial sangat banyak digunakan pebisnis dalam melakukan suatu usaha dengan cara melakukan promosi. Instagram di anggap sebagai media sosial yang memiliki potensi tinggi dalam menawarkan sebuah barang atau jasa. Keunggulan promosi melalui Instagram yaitu jangkauan yang tersedia sangat luas dan tidak terbatas karena menggunakan fasilitas online. Penelitian ini mengkaji mengenai strategi promosi efektif melalui media sosial Instagram dalam menarik khalayak yang dilakukan oleh Javafoodie. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi yang efektif oleh Javafoodie sebagai foodstagram untuk menarik khalayak Instagram. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan berdasarkan teori New Media. Informan merupakan pemilik Javafoodie, pengelola Javafoodie dan 3 konsumen dari Javafoodie. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Penulis melakukan cross check dengan informan yaitu owner, pengelola dan 3 khalayak. Pada penelitian ini, strategi promosi yang dilakukan Javafoodie memiliki 3 unsur yaitu informasi, komunikasi dan persuasi. Untuk menarik khalayak atau klien, Javafoodie bersikap baik dalam melayani khalayak seperti membalas pesan dari khalayak dengan cepat, memberi reward dan giveaway kepada klien dan khalayak untuk meningkatkan kerja sama dan loyalitas. Peneliti juga menemukan komunikasi pemasaran online dengan pemanfaatan fitur (snapgram stories, upload foto, caption, mention, hastag, geotagging) serta tampilan visual yang dapat menarik perhatian khalayak. Javafoodie di media sosial bukan hanya untuk memberi informasi promosi semata-mata, tetapi juga untuk memberitahukan apa yang diberikan dan apa yang dijual. Promosi melalui media sosial Instagram dinilai efektif oleh Javafoodie sebagai jasa promosi produk kuliner.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Media Sosial Instagram, New Media

ABSTRACT

Nowadays social media is very much used by business people in doing business by doing promotions. Instagram is considered as social media that has high potential in offering an item or service. The advantage of promotion through Instagram is that the available range is very wide and unlimited because it uses online facilities. This study examines effective promotion strategies through Instagram social media in attracting audiences that are done by Javafoodie. This study aims to analyze effective promotion strategies by Javafoodie as foodstagram to attract khalayk Instagram. This type of research is descriptive qualitative based on New Media theory. Informants are Javafoodie owners, JavaFood managers and 3 consumers from Javafoodie. Data collection techniques in this study were interviews, observation and documentation. The author conducted a cross check with the informants namely the owner, manager and 3 audiences. In this study, the promotion strategy carried out by Javafoodie has 3 elements, namely information, communication and persuasion. To attract audiences or clients, Javafoodie is good at serving audiences such as replying to messages from audiences quickly, giving rewards and giveaway to clients and audiences to increase cooperation and loyalty. The researcher also found online marketing communication with the use of features (stories, photo uploads, captions, mentions, hastags, geotagging) and visual displays that could attract the attention of the audience. Javafoodie on social media is not only to provide promotional information solely, but also to tell what is given and what is sold. Promotions through Instagram social media are considered effective by Javafoodie as a promotional service for culinary products.

Keywords: Strategy Pormosi, Instagram Social Media, New Media