

ABSTRAK

Pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran yang berbasis *online* dewasa ini menarik untuk diteliti karena seiring berjalannya waktu, internet menjadi saluran baru bagi sebuah perusahaan untuk digunakan sebagai sarana kegiatan promosi berjualan. Secara mendasar dapat dikatakan bahwa pasar *online* memiliki sifat dinamis. Mayoritas produk yang diperjualbelikan dalam bisnis online adalah produk fashion tak terkecuali sepatu. Raccoon Store adalah toko sepatu yang menggunakan Instagram sebagai sarana komunikasi pemasaran berbasis *online*. Tujuan penelitian ini adalah bagaimana Raccoon Store memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran online. Penelitian ini menggunakan teori difusi inovasi dan konsep komunikasi pemasaran. Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam dan observasi serta dokumentasi pada akun instagram @raccoon.id dan @raccoonstock. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Raccoon Store secara tepat menggunakan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran berbasis *online* berdasarkan konsep pemasaran 4P (*price, product, promotion, place*) seperti presentasi produk yang tertata, penjelasan informasi yang diberikan pada *caption* sesuai dengan kondisi dan ketersediaan produk, serta penggunaan *Instagram Stories* dengan maksimal. Kendala yang dialami hanya sebatas ketidaksepahaman antar pegawai sehingga tidak validnya informasi tentang ketersediaan produk namun dapat diatasi dengan baik. Cara Raccoon Store untuk menambah *followers* dengan cara memberikan hadiah setiap minggu kepada *followers* yang beruntung. Instagram sudah merepresentasikan toko *virtual* yang dapat menjangkau khalayak yang lebih luas untuk meningkatkan penjualan dan mampu bersaing dengan toko sejenis.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Online, Instagram

ABSTRACT

Instagram as an online marketing communication media today is interesting to examine because nowadays, the internet has become a new channel for a company to use for a means of selling promotional activities. Basically it can be said that online market has a dynamic nature. The majority of products sold in online businesses are fashion products, including shoes. Raccoon Store is a sneakers store who uses Instagram as a online-based marketing communication. The purpose of the research is to know how Raccoon Store utilizes the Instagram as their online-based marketing communication media. The research is using the diffusion of innovation and marketing communication concept. the method of this research is qualitative research using descriptive methods with in-depth interview data collection techniques and documentation also observation through @raccoon.id and @raccoonstock Instagram accounts. The results of this research show that Raccoon Store correctly uses Instagram as an online-based marketing communication media based on 4P marketing concepts (price, product, promotion, place) such as organized product presentations, explanation of information provided in the caption according to product conditions and availability, maximum use of Instagram Stories. Constraints experienced are only limited to disagreements between employees so that information is invalid about product availability but can be handled properly. The Raccoon Store way to increase followers by giving prizes every week to lucky followers. Instagram already represents a virtual store that can reach a wider audience to increase sales and be able to compete with similar stores.

Keywords: Marketing communication, Online, Instagram