

ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah Analisis Isi Akun Instagram @womensbest Sebagai Media Promosi. Instagram menjadi sosial media yang memunculkan banyak sekali peluang bisnis bagi para penggunanya termasuk dalam mempromosikan sesuatu melalui *share* foto-foto produk atau jasa. Instagram memudahkan konsumen melihat produk yang ditawarkan. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana analisis isi pesan pada akun instagram @womensbest sebagai media promosi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan metode analisis isi yang bersifat deskriptif . Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *total sampling* sehingga semua populasi dijadikan sampel. Populasi adalah seluruh postingan pada akun instagram @womensbest dari tanggal 1 April sampai 31 April 2019 yang berjumlah 25 foto. Penelitian yang dilakukan berdasarkan pada konsep komunikasi pemasaran dan analisis isi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa elemen dalam setiap postingan akun @womensbest dalam melakukan promosi. Elemen tersebut adalah jenis foto dan keterangan (caption), pada jenis foto terdapat jenis foto model dengan persentase tertinggi yaitu 52%, sedangkan pada caption, persuasi tidak langsung dan resep dan bahan makanan menjadi persentase tertinggi yaitu 28%.

Kata kunci: Analisis isi, instagram, @womensbest, media promosi.

ABSTRACT

The title of this research is Content Analysis of Instagram Account @womensbest as A Media Promotion. Instagram is a social medium that creates a lot of opportunities for doing business for its users including promoting something through sharing photos of products or services. Instagram make it easy for consumers to see the products or services they offer. This study aims to determine the usability of instagram as a platform for promoting its brand. This research methodology uses quantitative methodology with descriptive method of content analysis. The sampling technique uses census technique, so that all population is sampled with a total of 25 photos in the period 1 April to 31 April 2019. The research conducted is based on the concept of marketing communication and content analysis. The results showed that there are several elements in every @womensbest account posted in promoting. These elements are the type of photos and caption. In the the type of photo, model photos are the highest percentages which are 52%. While in the caption, indirect persuasion and recipes and food ingredients are the highest percentages which are 28%.

Key words: Content analysis, instagram, @womensbest, promotion media.