

ABSTRAK

Memasuki era digital banyak cara dilakukan untuk berpromosi, seperti dengan menggunakan fasilitas jejaring sosial. Penelitian ini menyorot *Instagram* sebagai salah satu jejaring sosial yang banyak digunakan di masyarakat untuk mempromosikan produk. *BakpiaPia Djogja* merupakan salah satu produsen bakpia yang ada di Yogyakarta. Akun *Instagram* @bakpiapia dibuat sejak awal tahun 2015. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penggunaan media sosial *Instagram* sebagai media promosi bakpia. Penelitian ini menggunakan teori *new media* karena *Instagram* merupakan bagian dari media digital dalam media baru. Menggunakan metode deskriptif kualitatif yang menghasilkan data berupa kata-kata, kalimat, atau narasi yang diperoleh dari hasil wawancara, studi pustaka dan dokumentasi akun *Instagram* @bakpiapia. Informan terdiri dari pemilik *BakpiaPia Djogja*, dua *followers* sekaligus konsumen dari *BakpiaPia Djogja*, dan pengamat media sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa alasan *BakpiaPia Djogja* menggunakan media sosial *Instagram* sebagai media promosi produk, karena media sosial *Instagram* tengah menjadi tren dikalangan anak muda. Selain itu, *Instagram* memiliki fitur yang dapat membagikan foto ke berbagai jejaring sosial lainnya. Bentuk promosi yang dilakukan *BakpiaPia Djogja* melalui *Instagram* yaitu dengan mengadakan kuis, menggunakan tanda *hashtag* (#), *reward program* berupa *cashback*, dan *endorsement* ke akun *foodies*. Beragam konten pendukung promosi *BakpiaPia Djogja* di *Instagram*, seperti mengunggah foto produk bakpia menggunakan *caption* yang memotivasi *followers* serta ikut juga menyemarakkan momen-momen perayaan dengan mengunggah foto yang berkaitan pada momen perayaan tersebut.

Kata kunci : Promosi, *Instagram*, @bakpiapia

ABSTRACT

Entering the digital age a lot of ways to promote, such as using social networking facilities. This research highlight Instagram as one of the social networks that are widely used in the community to promote the product. BakpiaPia Djogja is one manufacturer bakpia in Yogyakarta. @bakpiapia Instagram accounts created since the beginning of 2015. The purpose of this study to determine the use of social media as a promotional medium bakpia Instagram. This study uses the theory of new media because Instagram is part of the digital media in new media. Using a qualitative descriptive method that produces data in the form of words, sentences, or narratives obtained from interviews, literature and documentation @bakpiapia Instagram account. Informants consisted of owner BakpiaPia Djogja, two followers and consumers of BakpiaPia Djogja, and observers of social media. These results indicate that the reason BakpiaPia Djogja using Instagram social media as a medium for promotion of products, as social media Instagram was a trend among young people. Additionally, Instagram has features that can share photos to various other social networks. Forms of promotion done BakpiaPia Djogja via Instagram namely by conducting a quiz, use a hashtag (#), in the form of cashback rewards program, and endorsement into account foodies. Various promotional support BakpiaPia Djogja content on Instagram, such as uploading photos bakpia products using caption that motivates followers and participate menyemarakkan also moments of celebration by uploading a photo related to the moment of the celebration.

Keywords : The Promotion, Instagram, @BakpiaPia Djogja