

ABSTRAK

Perkembangan teknologi menyebabkan juga munculnya perkembangan fungsi media sosial online, salah satunya adalah Instagram. Saat ini, Instagram tidak hanya dimanfaatkan untuk kegunaan personal, tetapi juga mulai dimanfaatkan sebagai media komunikasi untuk memasarkan suatu produk. Dalam penelitian ini Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh para produsen produk melalui media online Instagram menjadi sangat penting. Penulis memilih produk Klenger Sambel sebagai objek yang diteliti karena produk Klenger Sambel merupakan salah satu produk sambel yang dipasarkan secara online yang paling diminati. Sehingga, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran Klenger Sambel dalam menarik konsumen untuk membeli produk Klenger Sambel melalui media online Instagram.

Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dalam penelitian ini. Hasil penelitian dianalisis berdasarkan pemikiran mengenai konsep Komunikasi Pemasaran dan dihubungkan dengan Konsep Komunikasi Media Baru dan Konsep mengenai Media Online untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran Klenger Sambel dalam menarik konsumen untuk membeli produk Klenger Sambel melalui media online Instagram. Semua data tersebut sebelumnya dikonfirmasi dengan pihak-pihak yang berhubungan dalam penelitian ini melalui teknik validitas data triangulasi sumber.

Berdasarkan Konsep Komunikasi Pemasaran dan Komunikasi Media Baru serta Konsep mengenai Media Online yang penulis gunakan sebagai pijakan dalam penelitian ini bahwa komunikasi pemasaran yang dalam penelitian ini melalui media sosial memiliki kekuatan tersendiri. Kekuatan media sosial yang menggunakan jaringan internet, membuat para produsen produk sangat memanfaatkan media ini untuk mempromosikan produk ataupun jasa yang sedang mereka promosikan. Salah satu caranya adalah dengan melakukan proses yang dinamakan Paid Promote dan endorse. Seperti yang juga dilakukan oleh produsen Klenger Sambel. Paid Promote dan Endorse biasanya sering dilakukan untuk menambah jumlah followers dan memperluas jangkauan informasi yang bisa dilakukan untuk mempromosikan produk yang sedang dipromosikan. Kekuatan media sosial yang bisa menjangkau seluruh lapisan tanpa batasan, membuat proses endorse dan paid promote cukup memberikan efek yang positif dalam tujuannya meningkatkan proses promosi suatu produk atau jasa yang sedang dipromosikan.

ABSTRACT

The development of technology has been affecting the development of the online social media, one of them is that of Instagram. Nowadays Instagram is not only used as a means of communication but also as a means of advertising. In this research paper, the writer wants to find out how important Instagram is to advertise a product. The writer chose a product "Klenger Sambel", a kind of side dish made of chili, because it is sold by means of Instagram and is the most interesting kind of product for customers among other similar products. Therefore, the writer is interested to know how the advertising communication is to interest consumers to buy "Klenger Sambel" through Instagram.

The descriptive qualitative method was used in this research. The result was analysed based on the advertising communication concept and related to a new media communication concept as well as an online media to know how "Klenger Sambel" advertising communication interests consumers through Instagram. All data had been confirmed with the parties connected with this research by means of the source triangulation data validity technique.

Based on the advertising communication concept, the new media communication and the online media concept, the communication advertising has a special strength. The social media strength via internet, led producers to use the media to promote their products. One of them was by means of Paid Promote or Endorse like what "Klenger Sambel" producers used. Either Paid Promote or Endorse is usually used to add followers and to widen the information range which can be used to promote products. The social media that can reach everyone without a limit has made the endorse process and the paid promote effective to raise a promotion of products or services being promoted.