

PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN

KOMUNIKASI CALON KONSUMEN DI ONLINE SHOP

BLACKMASKORI

ZADI ROSYIDA

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah berbagai saluran komunikasi digital yang berkembang saat ini beragam, salah satunya instagram yang digunakan sebagai media komunikasi pemasaran. Adapun permasalahan penelitian ini yaitu bagaimana penggunaan instagram oleh *online shop* Blackmaskori sebagai media promosi dan strategi komunikasi kepada calon konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan instagram oleh *online shop* Blackmaskori sebagai media promosi dan strategi komunikasi kepada calon konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Subjek penelitian berfokus pada penggunaan instagram oleh *online shop* @Blackmaskori sebagai media promosi dan strategi komunikasi kepada calon konsumen. Informan penelitian ini adalah owner dan calon konsumen *online shop* @Blackmaskori.

Hasil penelitian ini yaitu dalam membangun kepercayaan konsumen ialah dimulai dari “Blackmaskori” yang mengadakan berbagai program pemasaran kemudian disosialisasikan melalui media *online* dan akan menimbulkan respon dari calon konsumen berupa pertanyaan mengenai Produk yang telah dipasarkan. Promosi yang digunakan Toko online Blackmaskori menggunakan fitur instagram TV dan instagram story (instastory) dalam mempromosikan produknya. Komunikasi yang digunakan blackmaskori menggunakan komunikasi pemasaran. Keterbatasan penelitian ini pelaksanaan wawancara tidak dilakukan secara tatap muka langsung dengan calon konsumen kondisi tersebut membuat banyak aspek-aspek atau hal-hal yang tidak terungkapkan. Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan melakukan kajian penggunaan Instagram berdasarkan teori pemasaran yang signifikan sebagai media promosi penjualan.

Kata kunci: **calon konsumen, instagram, media komunikasi, media promosi**

THE USE OF INSTAGRAM AS A PROMOTIONAL MEDIA AND COMMUNICATION FOR PROSPECTIVE CONSUMERS ON *BLACKMASKORI* ONLINE SHOP

ZADI ROSYIDA

ABSTRACT

The background of this study is that various digital communication channels which are currently developing are diverse in forms, one of which is Instagram, which is used as a marketing communication media. The problem of this study is how *Blackmaskori* online shop made use of Instagram as a promotional media and communication strategy for prospective consumers.

This study aims to figure out the use of Instagram by *Blackmaskori* online shop as a promotional media and communication strategy for prospective consumers. This study is a qualitative descriptive. The data were collected through in-depth interviews, observation and documentation. The subjects focused on the use of Instagram by *@Blackmaskori* online shop as a promotional media and communication strategy for prospective consumers. The informants of this study were the owner and prospective consumers of *@Blackmaskori* online shop.

The results of this study showed that in building consumers' trust, "*Blackmaskori*" held a variety of marketing programs and then socialized them through online media, resulting in prospective consumers to respond to questions about the products marketed. The promotion used by *Blackmaskori* online shop was by using Instagram TV and Instagram story (Instastory) features in promoting its products. The communication used by *Blackmaskori* was through marketing communication. The limitation of this study is that interviews were not conducted face-to-face with prospective consumers. Such condition made many aspects or things unrevealed. Further studies can be conducted on the use of Instagram based on significant marketing theories as a media for sales promotion.

Keywords: prospective customers, Instagram, communication media, promotional media

