



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication & Advertising
Fatimah Zahra
44317010051

Pengelolaan Media Sosial Instagram UMKM “Mokies” sebagai Media
Komunikasi Pemasaran Digital
Bibliografi: 5 Bab 86 hal + 24 lampiran + 26 buku + 15 internet Tahun 2008-2018

ABSTRAK

Komunikasi pemasaran digital melalui media sosial saat ini sudah menjadi hal yang harus dilakukan oleh produsen. Media sosial dapat dijadikan sebagai media promosi untuk berbagai bidang industri. Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan dan dianggap efektif dalam menyampaikan pesannya. Pengelolaan media sosial yang baik sebagai media promosi, dapat menarik serta membuat konsumen ingin membeli produk yang ditawarkan. UMKM “Mokies” sudah berdiri sejak 2016, dengan produknya yaitu *mushroom oat cookies* (Mokies).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengelolaan media sosial Instagram UMKM “Mokies” sebagai media komunikasi pemasaran digital periode Agustus 2017 – November 2018.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah Instagram marketing dan pengelolaan media sosial. Konsep ini berkaitan dengan pengelolaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital UMKM “Mokies”.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik analisa data yang dilakukan adalah wawancara mendalam dari beberapa narasumber dan observasi langsung dengan melihat akun media sosial Instagram UMKM “Mokies”.

Hasil penelitian yang sudah didapatkan dan diolah oleh peneliti, dapat diketahui bahwa UMKM “Mokies” sudah melakukan tahapan-tahapan pengelolaan media sosial. Namun tahapan yang sudah dilakukan pada periode Agustus 2017 – November 2018 tersebut kurang maksimal, karena hanya terfokus pada tahap tertentu saja.

Kata kunci: Pengelolaan Media Sosial, UMKM, Media Promosi Digital.