



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Dafi Luzman Baiqun
44315010001

Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Due Cafe
(Bumiayu, Brebes, Jawa Tengah Periode 2018-2019)
Jumlah Halaman : xiii + 102 halaman + 8 gambar
Bibliografi : 27 Acuan, Tahun 1997 - 2013

ABSTRAK

Due Cafe menggunakan media sosial Instagram untuk melakukan strategi promosi dengan menggunakan konten dan fitur sebagai rencana strategi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Promosi dan hambatan yang terjadi pada sosial media Instagram oleh Due Cafe.

Peneliti menggunakan teori yang dapat mendukung penelitian ini. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi pemasaran, teori bauran pemasaran, teori promosi, teori bauran promosi, teori strategi promosi.

Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Konstruktivis karena penelitian ini merupakan kejadian yang nyata. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan proses pengumpulan data melalui wawancara dari beberapa narasumber yang terkait.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi promosi melalui media sosial Instagram dan hambatan yang terjadi pada penggunaan Due Cafe dengan menggunakan konten, fitur sebagai alat daya tarik konsumen, dan proses pelaksanaan strategi promosi dengan aktivitas digital marketing, penentuan target audience, dan pembuatan konten dengan pesan informatif yang kreatif. Serta interaksi dua arah dengan konsumen, selalu merespon, menanggapi konsumen dengan baik dan positif.

Kata Kunci: Promosi, Digital Marketing, Media Sosial, Instagram