Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising*
Ade Purnama
44318110007

Strategi Pengelolaan Akun Instagram Transvision Sebagai Media Promosi
Blibliografi : 5 Bab 75 halaman + Lampiran + 12 Buku + 5 Jurnal + 3 Internet

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi semakin pesat, sehingga menyebabkan banyak sektor mengalami perubahan seiring berkembanganya dunia teknologi, diantaranya dunia hiburan *entertainment* serta kehidupan bersosial yang semakin berkembang. semakin beragamnya kebutuhan *entertainment* masyarakat membuat para pelaku industri *entertainment* merubah dan mengembangkan jasa dan produknya. Serta perkembangan pada teknologi internet membuat kehidupan bersosial masyarakat pun menjadi berkembang, kehadiran sosial media merupakan sebuah perkembangan dari dunia internet dan dunia komunikasi sehingga memudahkan para masyarakat untuk saling berinteraksi tanpa hambatan. Fenomena ini pun membuat para perusahaan mulai untuk menggunakan sosial media khususnya Instagram untuk berinteraksi serta mempromosikan jasa dan produknya kepada masyarakat.

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mencari tahu bagaimana strategi Transvision dalam mengelola akun Instagram miliknya untuk berpromosi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori komunikasi pemasaran, promosi, digital marketing, media sosial, dan strategi SOSTAC *(Situation, Objective, Strategy, Tactic, Action, Control)* . Penelitian ini bersifat kualitatif dengan paradigma post positivisme dengan pendekatan deskriptif dengan menggunakan metode pengumpulan data wawancara mendalam, observasi, dan studi perpustakaan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dikemukakan jika strategi yang yang digunakan Transvision dalam mengelola akun Instagramnya sangat mendalam. Setelah penulis mengujinya dengan teori SOSTAC *(Situation, Objective, Strategy, Tactic, Action, Control)*. Melalui peneletian ini ditemukan jika Transvision menggunakan teori ini untukmenyiapkan perencanaan media yang rapih hingga mengelola dan mengkontrolnya pada saat kegiatan promosi sudah dilakukan. Dan strategi ini sangat membantu Transvision untuk melakukan kegiatan promosinya di media Instagram.

Dari hasil peneliian terdapat saran kuntuk Trasvision untuk terus dapat meningkatkan lagi kualitas promosinya dan pengelolaan sosial media miiknya, seperti Transvision disarankan untuk mencoba membuat konten Instagram yang lebih mengundang interaksi dari pengikutnya dan juga untuk juga mengoptimalkan media lain sebagai media promosi.

Kata Kunci: *Strategi, Instagram, promosi.*

http://digilib.mercubuana.ac.id/