



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication  
Melina Triani / 44306120037

Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Streethouse Coffee (Studi Deskriptif pada akun Instagram @streethousecoffee)

Jumlah halaman : 82 Hal

Bibliografi : 43 Sumber

### ABSTRAK

Di Era new media saat ini, berbagai model komunikasi pemasaran dapat digunakan. Salah satunya media sosial Instagram yang dapat digunakan sebagai media promosi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa media sosial Instagram sebagai media promosi untuk suatu brand. Apa saja strategi yang dilakukan, serta hambatan dan solusi apa yang dapat dilakukan untuk memaksimalkan media sosial Instagram sebagai media promosi oleh Street House Coffee berdasarkan Teori The Circular Model of SOME By Regina Luttrell.

Penelitian ini menggunakan Paradigma *Post-Positivis* dimana peneliti tidak terlibat langsung dalam peristiwa dan membutuhkan triangulasi data untuk mendapat keabsahan data. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan proses pengumpulan data dengan cara wawancara narasumber bersama Andy Rachman sebagai Owner Street House, Rizki sebagai Barista dan Admin Instagram Street House. Serta dua sumber lainnya dari pelanggan Street House yakni Deni dan Ridwan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa instagram sebagai media promosi dirasa cukup efektif untuk meningkatkan engagement antara konsumen dan brand. Instagram bisa menjadi salah satu solusi media promosi yang tidak memerlukan banyak biaya untuk melakukan produksi atau monitoring. Instagram juga menjadi media yang sangat disukai oleh banyak orang karena lebih interaktif dan visual. Sehingga Instagram bisa menjadi solusi bagi para brand untuk memulai kegiatan promosi dan branding secara efektif dan mudah.

**Kata Kunci** : Media Promosi, Digital Marketing, Instagram, The Circular Model of SOME