



ABSTRAK

Nama : Fikri Haikal Fazrul Ikhsan
NIM : 44518010053
Program Studi : Digital Communications
Judul : PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA AKUN
@STAKSTUFF.ID
Pembimbing : Muthia Rahayu M.IKom

E-commerce merupakan bentuk komputerisasi dari kegiatan bisnis di mana kegiatan bisnis dipermudah dan diperluas jangkauannya dengan menggunakan jaringan internet serta mempromosikan bentuk usaha kegiatan promosi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Media Promosi Pada Akun @Stakstuff.id untuk mencapai tujuan promosi dan Instagram sebagai medianya.

Dalam Penelitian ini peneliti menggunakan teori komunikasi pemasaran digital (Model AISAS). Teori AISAS terdiri dari *Attention* (perhatian), *Interest* (ketertarikan), *Search* (pencarian), *Action* (aksi), dan *Share* (berbagi). Dengan menggunakan teori tersebut dapat melihat pola perilaku konsumen @stakstuff.id terhadap media baru yaitu internet.

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan paradigma post – positivisme. metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan proses pengumpulan data dengan mengamati Instagram @Stakstuff.id serta mewawancarai beberapa narasumber.

Berdasarkan dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ahwa pemanfaatan media Instagram dan promosi yang dilakukan @stakstuff.id dengan cara disebarakan melalui instastory dan feeds berupa foto dan video serta memasang profil adanya system COD yang dimana dapat membangun kepercayaan konsumen dan dari promosi yang dilakukan para konsumen mengecek secara berskala untuk promosi tersebut. Banyaknya konsumen mengincar produknya yang terjangkau, relatif murah original dan produknya langka. Sehingga bagi konsumen akan membagikan kesenangan nya itu melalui instastory mereka serta akan menetag nama stakstuff.id tempat dimana konsumen membeli sepatu tersebut.

Kata Kunci : Instagram, Instastory, Promosi, Stakstuff.id, Pemanfaatan MediaInstagram



ABSTRACT

Nama : Fikri Haikal Fazrul Ikhsan
NIM : 44518010053
Program Studi : Digital Communications
Judul : PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM
SEBAGAIMEDIA PROMOSI PADA AKUN
@STAKSTUFF.ID
Counsellor : Muthia Rahayu M.IKom

E-commerce is a computerized form of business activity in which business activities are facilitated and their reach is expanded by using the internet network and promoting business forms of promotional activities. The purpose of this study is to find out how the use of Instagram media as a media promotion on the @Stakstuff.id account is to achieve promotional goals and Instagram as the medium.

In this study, researchers used digital marketing communication theory (AISAS Model). The AISAS theory consists of Attention, Interest, Search, Action, and Share. Using this theory, you can see patterns of @stakstuff.id consumer behavior towards new media, namely the internet.

This research is qualitative by using post-positivism paradigm. The method used in this study is a qualitative descriptive method using a data collection process by observing Instagram @Stakstuff.id and interviewing several sources.

Based on the results of the research, it can be concluded that the use of Instagram media and promotions carried out by @stakstuff.id by spreading through stories and feeds in the form of photos and videos and posting profiles has a COD system which can build consumer trust and from promotions carried out by consumers check on a scale basis for the promotion. Many consumers are targeting products that are affordable, relatively cheap, original and rare products. So that consumers will share their pleasure through their instastories and will tag the name stakstuff.id where consumers buy these shoes.

Keywords : Instagram, Instastory, Promosi, Stakstuff.id, utilization of Instagrammedia