

## ABSTRAK

***Strategi Komunikasi Akun  
Instagram '@dagelan' dalam  
Menarik Pengiklan Menggunakan  
Jasa Paid Promote***

**Univeritas Jendral Soedirman  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Ilmu Komunikasi  
Agustus 2017**

**Belinda Nabilla Nurine (F1C013036)**

Maraknya penggunaan media sosial berdampak pada perkembangan sektor *internet economy* yang cukup pesat. Kini uang tidak hanya dapat dihasilkan melalui sektor riil saja, tetapi hal-hal yang bersifat kasat mata justru terasa lebih menjanjikan. Fenomena ini dapat dilihat dari semakin menjamurnya bisnis *paid promote*. Berkaitan dengan hal itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh salah satu penyedia jasa *paid promote* agar popularitas mediana tidak menurun. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Informan dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kemudian validitas data dilakukan dengan triangulasi sumber data dan metode.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh pengelola akun Instagram '@dagelan' dalam usaha menarik pengiklan menggunakan jasa *paid promote* adalah melakukan identifikasi masalah terkait situasi, perusahaan, dan *target audience*; menyusun strategi dengan menerapkan *create trending* dan *repost* serta menentukan waktu posting yang tepat; memaksimalkan fitur yang ada pada Instagram dan menjalin kerjasama; memperhatikan implementasi dari strategi yang telah dibentuk; melakukan evaluasi; serta menerapkan pilar media sosial dalam strateginya.

***Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Instagram, Jasa Promosi Berbayar, Media Sosial, Ekonomi Digital***

## **ABSTRACT**

### **Communication Strategy of '@dagelan' Instagram Account in Attracting Advertisers Using Paid Promote Service**

**Belinda Nabilla Nurine (F1C013036)**

*Social media consumption affects the rapid development of internet economy sector. Nowadays, money can not only be generated through the real sector, but also through intangible things that are more promising. This phenomenon can be seen from the growing number of paid promote service. The aim of the research is to find the communication strategy made by one of paid promote providers, so that the media popularity constantly attract the advertisers. This research uses qualitative method with descriptive study approach. The informant was chosen by using purposive sampling technique. The data validity is tested using triangulation of data sources and methods.*

*The results of the research shown that the communication strategies used by the account manager of '@dagelan' Instagram account in order to attract advertisers using paid promote service are identifying problem related to situation, company and target audience; strategizing by created trending, reposts and using timely content; maximizing Instagram features and establishing some cooperation; conducting evaluation; and applying social media pillars in the strategy.*

***Keywords: Communication Strategy, Instagram, Paid Promote Service, Social Media, Digital Economy***