

ABSTRAK

BAZRA BAGAS PRADITAMA., NIM: F1C018073. Strategi Komunikasi Pemasaran ‘Rider Needs’ Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi Kualitatif pada Akun Instagram @riderneeds). Skripsi, Program Studi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Jendral Soedirman Purwokerto. 2024.

Dalam dunia pemasaran digital, Instagram telah menjadi platform media sosial yang sangat penting bagi merek untuk terhubung dengan audiens target mereka. Instagram menawarkan kesempatan bagi merek untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan mereka melalui basis pengguna yang beragam dan luas. Penelitian ini fokus pada segmen pengendara sepeda motor, yang mengungkapkan potensi pemasaran yang ditargetkan dalam segmen ini.

Instagram efektif dalam pemasaran karena dapat menjangkau audiens yang lebih besar dibandingkan dengan metode penjualan offline tradisional. Dengan kurang lebih 109 juta pengguna di Indonesia, Instagram memberikan peluang yang sangat baik bagi merek untuk memperluas jangkauan mereka. Namun, ada beberapa tantangan yang dihadapi pemasar saat menggunakan platform ini, termasuk mempertahankan keterlibatan konten, beradaptasi dengan perubahan algoritme, dan mengukur keberhasilan kampanye pemasaran. Pemasar harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang preferensi dan kebutuhan audiens mereka agar dapat berkomunikasi dengan segmen pengendara sepeda motor ini. Mempromosikan produk melalui Instagram dapat meningkatkan visibilitas merek dan memfasilitasi belanja online yang nyaman bagi pelanggan. Namun, pemasar harus berusaha untuk menciptakan konten yang menarik di tengah persaingan yang ketat dan mengikuti perkembangan algoritme.

Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga dalam merumuskan strategi komunikasi pemasaran yang terfokus untuk Instagram, termasuk pemahaman audiens, konten yang relevan, dan kerja sama dengan influencer. Dengan menerapkan strategi ini, merek dapat memanfaatkan Instagram secara efektif untuk pemasaran yang ditargetkan dan membangun hubungan yang bermakna dengan audiens mereka.

Kata Kunci : *Komunikasi Pemasaran, strategi pemasaran, Instagram.*

ABSTRACT

BAZRA BAGAS PRADITAMA, NIM: F1C018073. Marketing Communication Strategy of 'Rider Needs' Through Instagram Social Media (Qualitative Content Analysis on Instagram Account @riderneeds). Thesis, Study Programme of the Faculty of Social and Political Sciences, Faculty of Communication Sciences, Jendral Soedirman University Purwokerto. 2024.

In the world of digital marketing, Instagram has become a very important social media platform for brands to connect with their target audience. Instagram offers brands the opportunity to interact directly with their customers through its diverse and vast user base. This research focuses on the motorcyclist segment, which reveals the potential of targeted marketing within this segment.

Instagram is effective in marketing as it can reach a larger audience compared to traditional offline sales methods. With approximately 109 million users in Indonesia, Instagram provides an excellent opportunity for brands to expand their reach. However, there are several challenges that marketers face when using this platform, including maintaining content engagement, adapting to algorithm changes, and measuring the success of marketing campaigns. Marketers must have a deep understanding of their audience's preferences and needs in order to communicate with this segment of bikers. Promoting products through Instagram can increase brand visibility and facilitate convenient online shopping for customers. However, marketers must strive to create engaging content amidst fierce competition and keep up with evolving algorithms.

This research provides valuable insights in formulating a focused marketing communication strategy for Instagram, including audience understanding, relevant content, and cooperation with influencers. By implementing these strategies, brands can effectively utilize Instagram for targeted marketing and build meaningful relationships with their audience.

Keywords: *Marketing Communication, Marketing strategy, Instagram*

