

RINGKASAN

Penelitian ini membahas penggunaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi pemasaran oleh para pengelola akun online shop di Purwokerto.

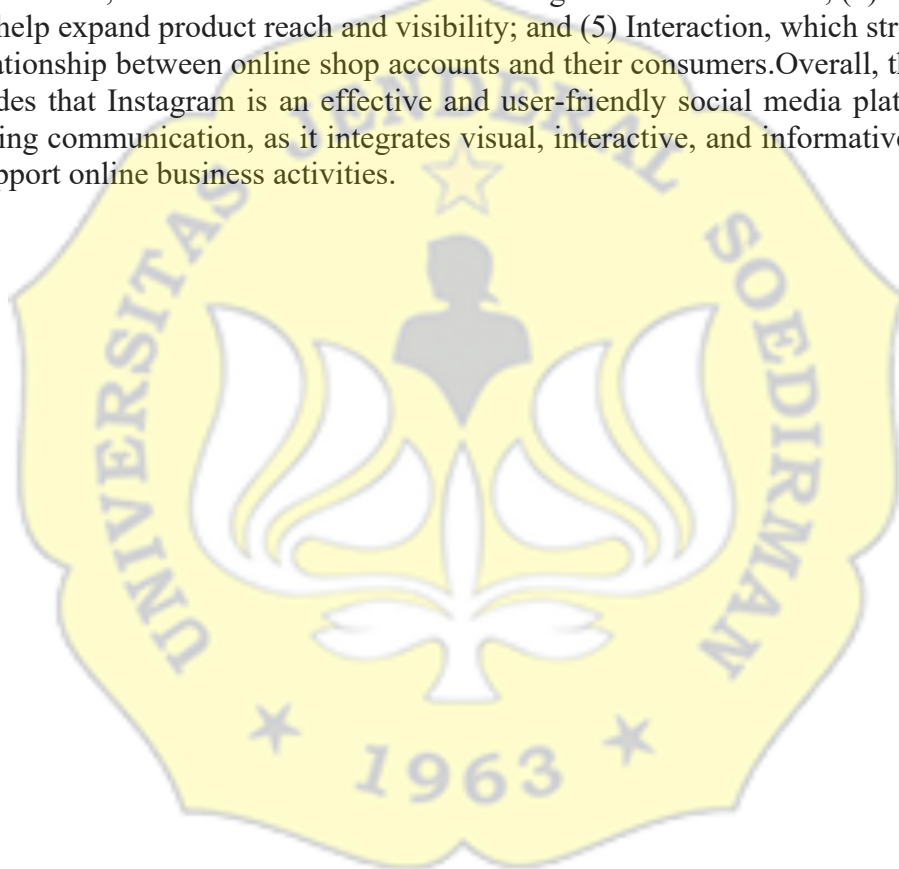
Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini berupaya menggali bagaimana Instagram dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan pemasaran digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan atau ekspresi diri, tetapi juga menjadi media yang efektif dalam kegiatan bisnis, khususnya dalam menjalin komunikasi antara penjual dan konsumen. Informan dalam penelitian ini memilih Instagram karena kemudahan akses dan penggunaannya. Beberapa elemen penting yang berperan dalam efektivitas komunikasi pemasaran melalui Instagram meliputi: (1) Foto, yang harus berkualitas dan menarik perhatian; (2) Caption, yang bersifat deskriptif dan menjelaskan produk secara detail; (3) Fitur unggah foto, yang memungkinkan penyebaran konten pemasaran secara rutin; (4) Hashtag, yang membantu memperluas jangkauan dan mempermudah pencarian produk; serta (5) Interaksi, yang berfungsi membangun hubungan positif antara akun online shop dan konsumen. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Instagram merupakan media sosial yang efektif dan mudah digunakan sebagai sarana komunikasi pemasaran, karena mampu menggabungkan aspek visual, interaktif, dan informatif dalam mendukung kegiatan bisnis daring.

Kata kunci : media sosial, instagram, komunikasi pemasaran, akun online shop, pemasaran digital, efektivitas komunikasi, konten pemasaran

SUMMARY

This study discusses the use of Instagram as a medium of marketing communication by online shop account managers in Purwokerto. Using a qualitative method, the research explores how Instagram is utilized to support digital marketing activities. The findings show that Instagram is not only a platform for entertainment or self-expression but also an effective medium for business activities, particularly in establishing communication between sellers and consumers. Informants in this study chose Instagram because of its accessibility and ease of use. Several key elements play important roles in the effectiveness of marketing communication through Instagram, including: (1) Photos, which must be of high quality and visually engaging; (2) Captions, which should be descriptive and explain product details clearly; (3) Photo upload features, which enable consistent marketing content distribution; (4) Hashtags, which help expand product reach and visibility; and (5) Interaction, which strengthens the relationship between online shop accounts and their consumers. Overall, this study concludes that Instagram is an effective and user-friendly social media platform for marketing communication, as it integrates visual, interactive, and informative aspects that support online business activities.



Keywords : Instagram, marketing communication, online shop, digital marketing, qualitative method, business activities, social media platform, user-friendly.