

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI PEMASARAN PADA *BRAND* AGAN SALAD**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas



Oleh:

M. MARDHI PERPATIH

1310862021

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2020**

ABSTRAK

PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN PADA *BRAND* AGAN SALAD

Oleh:

M. Mardhi Perpatih

1310862021

Pembimbing:

Dr. Ernita Arif, SP, M.Si

Annisa Anindya, S.I.kom, M.Si

Agan Salad merupakan nama *brand* dari suatu bisnis makanan yang pada awal mulanya hanya berdiri disatu tempat di Kota Padang. Produk utama dari Agan Salad adalah makanan salad buah. Dalam aktivitas pemasarannya, usaha ini sudah mulai memanfaatkan media online, media sosial Instagram merupakan salah satu media yang aktif dimanfaatkan Agan Salad, hingga saat ini, konten yang ditampilkan akun Instagram *brand* ini jumlahnya sudah mencapai ribuan, dan pengikut dari akun nya terdapat sekitar 27 ribu jumlah ini paling banyak jika dibandingkan dengan akun lain yang memiliki bisnis yang sama di Kota Padang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan Instagram yang dijalankan suatu bisnis dalam aktivitas komunikasi pemasaran usahannya, dengan menggunakan Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu.

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara langsung kepada manajer dari *brand* Agan Salad yang menjadi informan kunci di dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pemanfaatan Instagram, Agan Salad memanfaatkan fitur-fitur yang ada untuk kepentingan bisnisnya dan fitur yang paling berpengaruh dalam aktivitas pemasarannya adalah fitur *instastory* dan untuk cara pemasaran yang paling berpengaruh adalah dengan cara memanfaatkan *endorsement*. Keberadaan akun Instagram membantu Agan Salad untuk mengenalkan usaha mereka secara lebih luas dan secara tidak langsung memberikan kesadaran orang terhadap keberadaan *brand* dan apa yang mereka promosikan.

Kata Kunci: Instagram, Komunikasi Pemasaran, Brand, Agan Salad

ABSTRACT

UTILIZATION OF INSTAGRAMS AS A MARKETING COMMUNICATION MEDIA IN BRAND AGAN SALAD

By:

M. Mardhi Perpatih

1310862021

Lecturer:

Dr. Ernita Arif, SP, M.Si

Annisa Anindya, S.I.kom, M.Si

Agan Salad is the brand name of a food business that was originally only standing at one place in the Padang City. The main product of Agan Salad is fruit salad. In its marketing activities, this business has begun to utilize online media, which is Instagram is one of the media that is actively used by Agan Salad, until now, their already posted thousands of content on their Instagram account. On their account they had around 27 thousands active followers which is the biggest account among all Instagram accounts that run the same business in Padang City. This study aims to determine how to use Instagram as a business platforms at it's finest which is run for business marketing communication activities, by using the Integrated Marketing Communication Theory.

The approach for this research uses a qualitative descriptive approach. Data collection was carried out by conducting direct interviews with the Agan Salad's managers which is the key informant in this study. The results of this research will shows how to using Instagram as a marketing activities platform. Agan Salad makes use of the features of the Instagram for their business activities , and the main feature for the business activities is Insta stories feature and for marketing activities they mainly use endorsement. The Instagram as social media platforms helped Agan Salad to introduce their business to the market and reach more people so it's constantly promoted their products and their brand.

Keywords: Instagram, Marketing Communication, Brand, Agan Salad