

ABSTRAK

Fitrah Renaldy Saputra, NIM : 160531100045. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura. **Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Sosial Media Instagram @nurulhayatku Surabaya).** Dibawah bimbingan dari Surokim, S.Sos., M.Si.

Tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana penggunaan Instagram sebagai media promosi pemasaran sosial. Jenis penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan Observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode keabsahan data menggunakan triangulasi sumber data. Teknik analisis data dilakukan dengan melalui tiga tahapan, yaitu: reduksi data, pemaparan data, dan kesimpulan. Objek pada penelitian ini yaitu akun sosial media Instagram @nurulhayatku, dan dikaitkan dengan teori yang digunakan yaitu teori Pemasaran Sosial sebagai Lembaga sosial dan Teori *New Media*.

Penulis menemukan tujuh *point* dalam kategori pemasaran sosial melalui sosial media Instagram yang di gunakan oleh Yayasan Nurul hayat, yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut. Yang pertama adalah, Mampu Meningkatkan Kualitas Kehidupan Masyarakat Mustahiq dengan Pelayanan Nurul Hayat, yang kedua adalah Mampu Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Konsumen atau Masyarakat (Mustahiq), yang ketiga adalah Mampu Mempertahankan Pelanggan, dan yang ke empat adalah Media Sosial Sebagai Media Promosi, yang ke lima adalah Foto Profil dan Bio Sebagai Daya Tarik Pelanggan, dan selanjutnya yang ke enam adalah Konten Instagram Nurul Hayat, kemudian yang ke tujuh adalah Pemanfaatan Fitur Instagram. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pihak Yayasan Nurul Hayat telah menggunakan Instagram sebagai media pemasaran sosial.

Kata Kunci : Teori New Media, Pemasaran Sosial, Sosial Media

ABSTRACT

Fitrah Renaldy Saputra, NIM: 160531100045. Communication study Program of Faculty of Social and Cultural Sciences, Trunojoyo Madura University. **Use Instagram as a promoted Media (qualitative descriptive study on Instagram social Media accounts @nurulhayatku Surabaya)**. Under the guidance of Surokim, S. Sos., M.Si.

The goal of this research is how to use Instagram as a social marketing promotional medium. This type of research is using qualitative descriptive research methods. Methods data collection uses Observasi, interviews and documentation. The validity method of data uses data source triangulation. Data analysis techniques are done through three phases: data reduction, data exposure, and conclusion. The object in this research is the social media account of Instagram @nurulhayatku, and is associated with The theory used is the theory of social marketing as a social institution and *New Media* Theory.

The author finds seven *points* in the social marketing category through social media Instagram used by Nurul Hayat Foundation, which can be classified as follows. The first is, able to improve the quality of people's life Mustahiq with the Ministry of Nurul Hayat, the second is able to improve the welfare of consumers or society (MUSTAHIQ), the third is able to sustain the customer, and the fourth is social media as a media promotion, the fifth is the profile photo and Bio as the attraction of the customer, and the sixth is the Instagram content Nurul Hayat, then the seventh is the use of Instagram features. So, it can be concluded that Yayasan Nurul Hayat has been using Instagram as a social marketing medium.

Keywords: New Media Theory, Social Marketing, Social Media