

ABSTRAK

Muhammad Avis Shiena Safir Al-Halimy. 210531100167, Ilmu Komunikasi, *Social Proof* Dalam Komunikasi Pemasaran Di Era Digital Pada Akun Instagram @galeri_mq.

Galeri MQ adalah organisasi yang bergerak dalam bidang media sosial dibawah naungan Pondok Pesantren Madrasatul Qur'an. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk *social proof* yang muncul dalam komunikasi pemasaran di era digital pada akun Instagram @galeri_mq. Bentuk dari *social proof* pada media sosial Instagram dapat berupa *social engagment*, seperti pengikut, *like*, *shares*, testimoni, review, dan *UGC*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian jenis kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi yang melibatkan empat informan dari pihak internal @galeri_mq dan dua informan dari pihak eksternal @galeri_mq. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Objek dari penelitian ini adalah *social proof* pada akun media sosial Instagram @galeri_mq.

Hasil dari penelitian ini yang telah peneliti uraikan setelah melakukan observasi dan wawancara langsung menunjukkan bahwa terdapat beberapa bentuk *social proof* pada akun Instagram @galeri_mq yang memengaruhi jalannya proses komunikasi pemasaran di era digital. *Social Proof* mempunyai keterkaitan yang erat dengan proses persuasi dan pembentukan kepercayaan konsumen terhadap merek melalui *informational social influence* (pengaruh informasi), *normative social influence* (tekanan normatif), dan *credibility transfer* (transfer kredibilitas). Perubahan pola komunikasi pemasaran dan budaya digital masyarakat Indonesia memperkuat *social proof*.

Kata Kunci : *Social Proof* , Komunikasi Pemasaran Era Digital, Instagram Galeri MQ

ABSTRACT

Muhammad Avis Shiena Safir Al-Halimy. 210531100167, Communication Studies, Social Proof in Marketing Communication in the Digital Age on the Instagram Account @galeri_mq.

Galeri MQ is an organization engaged in social media under the auspices of Madrasatul Qur'an Islamic Boarding School. The purpose of this study is to determine the forms of social proof that appear in marketing communications in the digital era on the Instagram account @galeri_mq. Forms of social proof on Instagram social media can be in the form of social engagement, such as followers, likes, shares, testimonials, reviews, and UGC.

This study uses a descriptive qualitative research method with data collection methods using observation, interviews, and documentation involving four informants from the internal party of @galeri_mq and two informants from the external party of @galeri_mq. The data analysis techniques used in this study are data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The object of this study is social proof on the Instagram social media account @galeri_mq.

The results of this study, which the researcher described after conducting observations and direct interviews, show that there are several forms of social proof on the Instagram account @galeri_mq that influence the marketing communication process in the digital era. Social proof is closely related to the process of persuasion and the formation of consumer trust in brands through informational social influence, normative social influence, and credibility transfer. Changes in marketing communication patterns and the digital culture of Indonesian society strengthen social proof.

Keywords: Social Proof, Digital Era Marketing Communication, Instagram Galeri MQ