

Abstrack

Research with the title of the effectiveness of using Instagram social media as a promotional media because seeing the phenomenon in society today likes to share their activities on social media so that it is used as an opportunity by some business people to be used as promotions where the same business people compete to do promotions using Instagram social media as a promotional media, This makes business people need to pay attention to how promotions are carried out using Instagram as a promotional media. This study aims to find out how effective the use of Instagram social media as a medium by Barista Coffee Bangkalan is. So that later effective promotions will be in accordance with the desired target.

The method in this study uses a descriptive qualitative study with data that can be obtained through interviews. The data obtained by the researcher shows that Barista Coffee is trying to make the use of Instagram social media as a promotional media effective by maintaining communication with its consumers by interacting with its consumers on their Instagram social media. the use of social media as a medium of promotion to be effective.

Keywords: effectiveness, Instagram social media, promotion

ABSTRAK

Penelitian dengan judul efektivitas penggunaan media sosial instagrm sebagai media promosi (studi kasus pada akun @Barista Coffee Bangkalan) karena melihat fenomena di masyarakat saat ini gemar membagikan kegiatan mereka di sosmed sehingga dijadikan peluang oleh Sebagian pebisnis untuk dijadikan ajang promosi dimana para pebisnis sama sama bersaing untuk melakukan promosi dengan menggunakan media sosial instagram sebagai media promosinya,hal ini membuat para pebisnis perlu memperhatikan lagi bagaimana promosi yang dilakukan dengan menggunakan Instagram sebagai media promosinya.penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas dari penggunaan media sosial Instagram sebagai media peomosi oleh Barista Coffee Bangkalan.sehingga nantinya promosi yang dilakukan menjadi efektif sesuai dengan target yang diinginkan.

Metode dalam penelitian ini menggunakan studi kualitatif deskriptif dengan data yang di dapat melalui wawancara.data yang di peroleh oleh peneliti menunjukkan bahwa Barista Coffee bangkalan berusaha untuk mengupayakan agar penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosinya menjadi efektif dengan upaya menjaga komunikasi dengan para konsumennya dengan berinteraksi dengan para konsumennya di media sosial Instagram nya.namun masih ada beberapa upaya yang harus di lakukan dan di benahi agar penggunaan media sosil sebagai media promosinya menjadi efektif.

Kata kunci :efektivitas,media sosial Instagram,promosi