

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK AKSESORIS
“APHRODITE’S CORE”**

TUGAS AKHIR

Oleh:

MEILANI ENJELIKA MANDAGI

NIM: 21052033



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
2024**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
MOTTO	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	vii
BIOGRAFI	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	5
1.4.1 Tujuan.....	5
1.4.2 Manfaat.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian Promosi	6
2.1.4 Media Sosial.....	8
2.1.5 Karakteristik Media Sosial.....	9
2.1.6 Sejarah dan Pengertian Instagram.....	12
2.1.7 Instagram Marketing	17
2.1.8 Manfaat Instagram	18
2.1.9 Indikator Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi	20

2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan	22
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
3.2 Jenis dan Metode Penelitian.....	27
3.2.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2.2 Metode Penelitian.....	27
3.3 Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data.....	27
3.3.1 Jenis Data	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Gambaran Umum Usaha	29
4.1.1 Logo	30
4.1.2 Sejarah.....	30
4.1.3 Visi dan Misi	31
4.1.3.1 Visi	31
4.1.3.2 Misi.....	31
4.1.4 Struktur Organisasi.....	31
4.1.4.1 Uraian dan Tugas	31
4.1.5 Sumber Daya.....	32
4.2 Hasil Penelitian.....	32
4.3 Pembahasan.....	35
4.3.1 Faktor Pemilihan Instagram Sebagai Media Promosi.....	35
4.3.2 Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi oleh Aphrodite's Core	36
4.3.2.1 Pemanfaatan Fitur Instagram	37
4.3.2.2 Indikator Dalam Memanfaatkan Instagram Sebagai Media Promosi.....	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Promosi dipandang sebagai arus atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mempengaruhi seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan kesadaran, memberitahukan, membujuk dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kepada merek yang di tawarkan perusahaan menurut Swastha (2000:222) “dalam bukunya yang berjudul Pengantar Bisnis Moderen. Pomosi pada dasarnya adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan untuk menyebarkan atau menyampaikan informasi tentang barang atau jasa yang ingin di pasarkan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan, mendapatkan pelanggan baru ataupun mempertahankan pelanggan lama, promosi sangat berpengaruh dalam kelangsungan suatu usaha tanpa adanya promosi konsumen tidak akan mengenal dan tidak akan menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan dari usaha tersebut baik berskala besar, menengah, maupun berskala kecil. Promosi bertujuan untuk memberitahukan kepada pelanggan dan calon pelanggan mengenai keberadaan produk, keunggulan, keunikan, kegunaan, harga produk dan memberitahukan bagaimana cara untuk memperoleh produk tersebut. Swastha (2000:222);

Dengan berkembangnya teknologi informasi disaat ini pemanfaatan media sosial sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia sehingga telah membawa dampak yang besar dalam berbagai aspek. Menurut Karpen (2011) dalam bukunya yang bertajuk Likeable media sosial, media sosial memiliki definisi sebagai suatu tempat kumpulan gambar,video,tulisan hingga hubungan interaksi dalam jaringan baik itu antar individu maupun antar kelompok seperti organisasi. Semakin

pesatnya ikatan sosial media kini memunculkan platform-platform media sosial yaitu, Facebook, Instagram, Tweeter dan sebagainya. Media sosial memiliki dampak positif salah satunya dalam pemanfaatannya sebagai sarana bisnis media sosial dapat memberikan peluang bagi pebisnis untuk menjangkau pasar yang lebih luas serta dapat meningkatkan kesadaran merek. Dengan meningkatnya pengguna media sosial dan meningkatnya pengguna internet, maka pelaku bisnis harus mengikuti perkembangan jaman dengan memilih media sosial sebagai wadah untuk mempromosikan barang dan jasa dengan sistem pemasaran yang moderen. Dalam melakukan pemasaran di media sosial pengguna bisa saling berkomunikasi dan bisa saling berkolaborasi antara penjual dan pembeli. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi dkk (2022) Media sosial dapat menjadi salah satu media yang dapat mempercepat proses promosi dengan efektifitas yang baik, dengan adanya media sosial akan menghemat waktu tenaga dan modal dari kegiatan promosi yang berlangsung antara penjual dan pembeli. Popularitas media sosial kini meningkat sangat cepat sehingga kebebasan berkomunikasi antara pelaku bisnis dan pelanggan bisa dilakukan tanpa memandang waktu dan tempat, salah satu contoh media sosial yang digunakan sebagai wadah bisnis adalah Instagram.

Instagram merupakan media sosial yang memiliki sistem saling mengikuti *follow* dan *followers* diikuti dan mengikuti, Instagram adalah aplikasi yang saat ini populer di Indonesia Instagram sangat diminati oleh berbagai lapisan masyarakat lebih khusus di kalangan anak muda sebagai tempat untuk berkomunikasi, bertukar informasi dan berbagi postingan foto ataupun video. Menurut Wikipedia Instagram hadir pada bulan Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, Instagram

kini menjadi salah satu media sosial yang terus berkembang, pada awal kemunculan Instagram hanya memiliki sedikit pengguna tapi sekarang menurut laporan (*We Are Social*) pada bulan April 2024 jumlah pengguna Instagram global sebanyak 1,63 miliar dan pengguna *Instagram* di Indonesia pada bulan Februari 2024 menurut (*NapoleonCat*) sebanyak 88,861 juta, dengan meningkatnya pengguna Instagram menambah keuntungan bagi pebisnis untuk melakukan promosi produk atau jasa, saat melakukan promosi pada media sosial Instagram promosi yang dilakukan tentunya dalam bentuk konten yang pastinya menarik minat konsumen terhadap produk atau jasa yang dipromosikan.

Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi tentunya lebih efektif dan efisien karena adanya fitur yang mendukung dalam kegiatan promosi sehingga dapat memudahkan pebisnis dalam memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan karena konten yang dibuat dapat dengan cepat menyebar dan akan dilihat oleh sesama pengguna media sosial Instagram atau pengikutnya (*followers*). Luasnya jaringan instagram menambah keuntungan bagi pebisnis salah satunya bisnis aksesoris buatan tangan *handmade Aphrodites Core* yang berlokasi di Desa Wawalintouan kec. Tondano Barat, yang memanfaatkan media sosial Instagram dalam melakukan kegiatan pemasarannya dengan memposting foto ataupun video yang menarik, bisnis aksesoris ini memiliki sistem rekomendasi desain yang artinya desain dibuat sesuai dengan kreatifitas dan keinginan para konsumen. Namun dalam pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi *Aphrodite's Core* belum memanfaatkan secara maksimal karena sebagian *followers* atau pengikut akun instagram *Aphrodite's Core* hanya sekedar mengikuti belum menjadi

pelanggan, tidak sering mengupload postingan foto dan video dan target penjualan yang masih terbatas masih di area Manado dan Tondano. Maka dari itu penulis ingin mengetahui bagaimana Aphrodite's Core memanfaatkan Instagram sebagai media promosi produknya.

Dari uraian tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Produk Aksesoris Aphrodite's Core

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada dapat diidentifikasi bahwa:

1. Sebagian pengikut belum menjadi pelanggan
2. Belum banyak mengupload foto dan video
3. Target penjualan belum luas
4. Belum memaksimalkan penggunaan hashtag
5. Lambat dalam merespon komentar

1.3 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas peneliti tertarik untuk meneliti satu masalah yaitu:

1. Bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi produk aksesoris Aphrodite's Core



1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Berdasarkan dari latar belakang masalah penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu bagaimana Aphrodite's Core memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media promosi.

1.4.2 Manfaat

1. Sebagai referensi dan informasi untuk pengembangan Aphrodites Core
2. Manfaat bagi penulis yaitu untuk menambah wawasan, pengalaman dan bisa mempraktekan teori yang di dapatkan selama masa perkuliahan.

