

ABSTRAK

EFEKTIVITAS PROMOSI SFS (SHOUTOUT FOR SHOUTOUT) LAMPUNG DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT DAN KEPERCAYAAN CALON PEMBELI (Studi Pada Anggota Grup Lampung SFS Pemilik Produk Makanan)

Oleh

Anggraini Ramana Putri

SFS Lampung adalah salah satu sarana promosi iklan di Instagram yang digunakan oleh para penjual *online shop* untuk mengiklankan produknya. Saat ini SFS Lampung sudah memiliki pengikut sebanyak 48,6 K *followers*. Hal ini menunjukkan bahwa banyak sekali yang tertarik untuk melihat-lihat iklan yang disediakan oleh Akun Instagram SFS Lampung. Peneliti memfokuskan penelitian kepada para pemilik *online shop* kategori produk makanan. Dengan begitu peneliti akan mengetahui Efektivitas dari Promosi SFS di Instagram ini dalam menarik minat dan kepercayaan calon pembeli. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif ekplanatori penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Visualisasi foto yang menarik, *caption* atau isi pesan yang menarik, dan waktu unggah yang efektif dapat mempengaruhi minat dan kepercayaan calon pembeli pada produk Kategori makanan yang menggunakan promosi SFS dalam mempromosikan produknya.

Kata Kunci: SFS Lampung, Pemilik *Online shop*, Minat.

ABSTRACT

EFFECTIVENESS OF SFS PROMOTION (SHOUTOUT FOR SHOUTOUT) LAMPUNG ON INSTAGRAM THE INTEREST AND TRUST OF PROSPECTIVE BUYERS (Study on Lampung SFS Group Members, Food Product Owners)

By:

Anggraini Ramana Putri

SFS Lampung is one of the advertising promotion tools on Instagram that is used by online shop sellers to advertise their products. Currently, SFS Lampung already has 48.6 K followers. This shows that a lot of people are interested in looking at the ads provided by the SFS Lampung Instagram Account. Researchers focused on research on online shop owners in the food product category. That way researchers will know the effectiveness of the SFS Promotion on Instagram in attracting the interest and trust of potential buyers. This study uses an explanatory quantitative research type that aims to analyze the relationships between one variable and another or how one variable affects other variables. The results of this study conclude that visualization of attractive photos, interesting captions or message content, and effective upload times can affect the interest and trust of potential buyers in food category products that use SFS promotions in promoting their products.

Keywords: SFS Lampung, Online shop owner, Interest.