

ABSTRAK

ANALISIS *SOCIAL MEDIA MARKETING* PADA AKUN INSTAGRAM UMKM RESPIESUSU DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

HAPPY TASYABILA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi *social media marketing* melalui Instagram sebagai media pemasaran pada produk Respiesusu. Penelitian merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian ini yaitu UMKM Respiesusu di Kota Bandar Lampung. Pengumpulan data menggunakan Teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif dengan cara pengumpulan data, reduksi data, *display* data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Respiesusu menerapkan 6 proses pemasaran *digital* dengan saluran *digital* yang digunakan untuk proses pemasaran yaitu media sosial melalui Instagram,. 6 proses *digital marketing* melalui media sosial yang dijalankan oleh Respiesusu yaitu Aksesibilitas: *endorse*, *paid promote*, rutin mengunggah foto; video; dan *e-flyer*, menggunakan tagar, dan kemudahan proses transaksi. Interaktivitas: mengadakan kegiatan *sharing* dan memberikan pelayanan terbaik. Hiburan: membuat konten promosi yang mengikuti *trend*, memberikan promo potongan harga, dan *give away*. Kepercayaan: menganalisis kebutuhan pasar untuk menampilkan iklan yang lengkap dan dapat dipercaya. Gangguan:, kesulitan proses *editing* video, gangguan jaringan sinyal, dan *server down*. Informatif: membagikan informasi produk melalui foto; video; dan *e-flyer*, memberikan keterangan produk dengan lengkap dan gaya bahasa yang menarik.

Kata kunci: *Social Media Marketing, Digital Marketing, Instagram, UMKM*

ABSTRACT

SOCIAL MEDIA MARKETING ANALYSIS ON RESPIESUSU MSME INSTAGRAM ACCOUNT IN BANDAR LAMPUNG CITY

By

HAPPY TASYABILA

This research aims to determine the implementation of social media marketing via Instagram as a marketing medium for Respiesusu products. The research is descriptive research with a qualitative approach. The location of this research is UMKM Respiesusu in Bandar Lampung City. Data collection uses observation, interview and documentation techniques. Informants were determined using purposive sampling and snowball sampling methods. Data was analyzed using an interactive analysis model by collecting data, reducing data, displaying data, and drawing conclusions. The research results show that Respiesusu implements 6 digital marketing channels used for the marketing processes, namely social media via Instagram. The 6 digital marketing processes carried out by Respiesusu are Accessibility: endorse, paid promote, regularly upload photos; videos; and e-flyers, using hashtags, and ease of transaction processing. Interactivity: holding sharing activities and providing the best service. Entertainment: create promotional content that follows trends, provide discount promotions and give aways. Trust: analyzing market needs to display complete and trustworthy advertising. Disturbances: difficulty in the video editing process, network signal interference, and server down. Informative: share product information through photos; videos; and e-flyers, providing complete product descriptions and an attractive language style.

Keywords: Social Media Marketing, Digital Marketing, Instagram, MSME