



Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

15%

The first page of your submissions is displayed below.

SIMILARITY INDEX

Submission author: Maatoke Serly Verlinda
Assignment title: JURNAL
Submission title: EFEKTIVITAS MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI INST...
File name: jurnal_sherly.docx
File size: 892.94K
Page count: 12
Word count: 5,009
Character count: 31,801
Submission date: 06-Jun-2023 02:08PM (UTC+0700)
Submission ID: 2110122314



Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Phil. I Ketut Gunawan, M.A
NIP.19631222 19002 1 001

EFEKTIVITAS MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI INSTAGRAM PADA
@angkringan_mastumin

Maatoke Serly Verlinda¹, Hairunnisa²
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman
Email: sherlyverlinda@gmail.com

ABSTRACT

In the current era, it is undeniable that with the rapid advancement of technology and information, people are very creative in utilizing the sophistication of technology and knowledge to fulfill people's social life. Instagram is the most used application today because Instagram is an application that focuses on the use of images and videos. This has happened in developing culinary promotions through Instagram in Samarinda to generate a sense of enthusiasm in the community, thus inviting the public to come. One of them is the culinary Angkringan Mastumin Samarinda, which uses Instagram social media as the basis for promoting its products, which has the account name @angkringan_mastumin, which has managed to get as many as 21.4 thousand followers. The method used is qualitative, with a research focus on the marketing mix. Based on the results of the research contained in the discussion chapter, the researcher concludes the formulation of the research problem that the marketing mix carried out by Angkringan Mastumin is very effective and running well, including the marketing mix according to Hartajaya product, price, promotion and distribution channel.

Keywords : Instagram, Marketing, Promotion

ABSTRAK

Di masa saat ini tidak bisa dipungkiri mengenai pesatnya kemajuan teknologi dan informasi, sehingga masyarakat sangat kreatif dalam memanfaatkan kecanggihan teknologi dan informasi untuk memenuhi kehidupan sosial masyarakat. Instagram merupakan aplikasi yang paling banyak digunakan saat ini, karena Instagram merupakan aplikasi yang berfokus pada penggunaan gambar dan video. Hal ini terjadi dalam perkembangan promosi kuliner melalui Instagram di kota Samarinda agar menimbulkan rasa antusiasme pada masyarakat, sehingga mengundang masyarakat untuk datang. Salah satunya adalah kuliner Angkringan Mastumin Samarinda yang menggunakan media sosial Instagram sebagai dasar promosi produknya yang memiliki nama akun @angkringan_mastumin tersebut berhasil mendapatkan sebanyak 21,4 ribu pengikut. Metode yang digunakan yaitu Kualitatif dengan fokus penelitian pada bauran pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada bab pembahasan, peneliti menarik kesimpulan dari rumusan masalah penelitian bahwa, Bauran Pemasaran yang dilakukan oleh Angkringan Mastumin sudah sangat efektif dan berjalan dengan baik, yaitu di antaranya Bauran Pemasaran menurut Hartajaya produk, harga, promosi dan saluran distribusi.

Kata Kunci : Instagram, Pemasaran, Promosi

Pendahuluan

Di masa saat ini tidak bisa dipungkiri mengenai pesatnya kemajuan teknologi dan informasi, sehingga masyarakat sangat kreatif dalam memanfaatkan kecanggihan teknologi dan informasi untuk memenuhi kehidupan sosial masyarakat. Munculnya alat komunikasi yang canggih dari tahun ke tahun seperti smartphone sangat memudahkan masyarakat berkomunikasi dan mendapatkan informasi