

**Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP**

## **Strategi Audience Involvement dalam Peningkatan Penjualan Terhadap Konsumen dengan Media Sosial Instagram (Studi Kasus Bersenda Gurau Kopi)**

Muhammad Farhan

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76351&lokasi=lokal>

---

### **Abstrak**

Bersenda Gurau Kopi merupakan salah satu cafe yang hadir di masyarakat dan mendamba keuntungan. Untuk mendapatkan keuntungan, Bersenda Gurau Kopi memanfaatkan sosial media sebagai media promosinya. Sosial media yang digunakan ialah Instagram. Penggunaan sosial media sebagai media promosi rupanya memberikan pengaruh cukup besar bagi audiens sebagai calon konsumen dan perusahaan.. Hal inilah yang dikenal dengan audience involvement yang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, konteks komunikasi organisasi dan teori yang digunakan ialah teori komunikasi pemasaran (Kotler P. , 1997). Teori ini digunakan untuk membahas tentang strategi audience involvement yang digunakan Bersenda Gurau Kopi untuk meningkatkan penjualan perusahaan.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan studi kasus. Jenis penelitian ini ialah penelitian deskriptif dengan metode penelitian kualitatif konstruktif. Teknik pengumpulan data penelitian ini ialah wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Sementara analisis data dilakukan dengan teknik triangulasi data.

Hasil dari penelitian ini ialah strategi audience involvement media sosial Instagram Bersenda Gurau Kopi dilakukan dengan menyesuaikan harga dengan kebutuhan produksi dan harga di pasaran. Strategi lainnya ialah dengan melakukan promosi dari mulut ke mulut dan instagram yang setiap saatnya dilakukan perbaikan, produk dengan menampilkannya pada instagram dan memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen, dan tempat yakni online dan offline di mana promosi dilakukan berkala di online melalui instagram dan offline tepatnya di café secara langsung.

Hingga akhirnya berhasil mendapatkan keuntungan, rupanya terdapat faktor- faktor pendukung dan penghambat didalamnya. Faktor pendukung yang dimaksud ialah jangkauan pasar yang lebih luas dan respon cepat yang diberikan pengelola. Sementara faktor penghambatnya ialah besarnya persaingan dalam usaha cafe di sekitar lingkungan, sehingga dibutuhkan ciri yang khas agar cafe memiliki pembeda dari cafe- cafe lainnya.