

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA TUJUTUJU COFFEE ROASTERY (STUDI KASUS MELALUI AKUN @TUJUTUJU.COFFEE)

Brilliana Shelda Nur Salsabillah

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76983&lokasi=lokal>

Abstrak

Media sosial yang bernama instagram saat ini sudah banyak digunakan untuk menyebarkan pesan secara digital. Salah satunya adalah pemasaran digital yang dilakukan oleh para pembisnis. Pemasaran digital yang dilakukan oleh TujuTuju Coffee Roastery dengan menyebarkan sebuah informasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keberhasilan komunikasi pemasaran digital.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Menggunakan konteks komunikasi organisasi dan teori informasi organisasi. Konsep komunikasi pendukung yaitu komunikasi pemasaran. penelitian ini menggunakan studi kasus dan penelitian deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebuah komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh organisasi perusahaan TujuTuju Coffee Roastery yang menggunakan media instagram. Dalam penelitian ini berisikan berbagai bentuk yang digunakan dalam melakukan sebuah pemasaran digital dan beberapa keuntungan yang didapatkan oleh coffee shop tersebut. Saran sosial dalam penelitian ini yaitu, agar UMKM dapat melakukan pemasaran secara gratis dengan melakukan komunikasi pemasaran digital.