

SOSIAL MEDIA MARKETING AMING COFFEE JOGJA PADA AKUN INSTAGRAM @AMINGCOFFEEJOGJA SEBAGAI MEDIA PROMOSI

M Harits Alwi

18071252

ABSTRAK

Aming Coffee Yogyakarta merupakan salah satu cabang resto dan coffee shop Aming Coffee yang menjual aneka macam kopi khas dan berpusat Pontianak. Aming Coffee membuka cabang di Yogyakarta di tahun 2018 dan salah satu bentuk promosi Aming Coffee Yogyakarta adalah dengan pemanfaatan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Aming Coffee Yogyakarta (@amingcoffeejogja) dapat dinilai aktif dengan tetap mengunggah berbagai konten foto dan video di Insta Story dan Instagram Feeds. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan sosial media marketing akun instagram @amingcoffeejogja sebagai media promosi berdasarkan teori 4C Chris Heuer (Context, Communication, Collaboration, Connection). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini yaitu : (1) Dari segi konteks (context) @amingcoffeejogja telah mencapai tujuan tersebut dengan baik. Mereka mengunggah gambar atau video di akun @amingcoffeejogja secara konsisten. (2) Dari segi komunikasi, @amingcoffeejogja di media sosial adalah dua arah. Setiap ada pertanyaan dan tanggapan dapat dijawab karena ada fasilitas berupa kolom komentar dan direct message pada Instagram. (3) Dari segi kolaborasi Aming Coffee Yogyakarta berkolaborasi dengan influencer yakni akun dengan jumlah followers tinggi yang dapat memengaruhi. (4) Dari segi koneksi, Hubungan yang dibangun oleh Aming Coffee Yogyakarta dilakukan baik offline maupun online dengan pelayanan prima.

Kata Kunci : Social Media Marketing, Instagram, Promosi.

AMING COFFEE JOGJA SOCIAL MEDIA MARKETING ON INSTAGRAM ACCOUNT
@AMINGCOFFEEJOGJA AS PROMOTIONAL MEDIA

M Harits Alwi

18071252

ABSTRACT

Aming Coffee Yogyakarta is one of the branches of the Aming Coffee restaurant and coffee shop that sells various kinds of specialty coffee and is centered on Pontianak. Aming Coffee opened a branch in Yogyakarta in 2018 and one form of promotion of Aming Coffee Yogyakarta is the use of social media Instagram by Aming Coffee Yogyakarta (@amingcoffeejogja) can be considered active by continuing to upload various photo and video content on Insta Story and Instagram Feeds . This study aims to identify and describe the social media marketing of the @amingcoffeejogja Instagram account as a promotional media based on Chris Heuer's 4C theory (Context, Communication, Collaboration, Connection). This study uses descriptive qualitative research methods. The results of this study are: (1) In terms of context @amingcoffeejogja has achieved this goal well. They upload images or videos on the @amingcoffeejogja account consistently. (2) In terms of communication, @amingcoffeejogja on social media is two-way. Any questions and responses can be answered because there are facilities in the form of comments fields and direct messages on Instagram. (3) In terms of collaboration, Aming Coffee Yogyakarta collaborates with influencers, namely accounts with a high number of followers who can influence. (4) In terms of connection, the relationship built by Aming Coffee Yogyakarta is carried out both offline and online with excellent service.

Keywords: Social Media Marketing, Instagram, Promotion.