

**PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA MARKETING PADA  
AKUN @MONJALIOGYAKARTA SEBAGAI SARANA  
PROMOSI MONUMEN YOGYA KEMBALI**

Rizka Tri Nurlaela

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

[rizkanurlaela123@gmail.com](mailto:rizkanurlaela123@gmail.com)

**ABSTRAK**

Social media marketing dalam dunia pemasaran merupakan sebuah metode untuk memasarkan suatu produk di media social. Dalam social media marketing diperlukan adanya perantara sebagai alat suatu pemasaran bertujuan untuk menjangkau jaringan yang lebih luas. Instagram sebagai media social yang populer di masyarakat telah beralih fungsi yang sebelumnya digunakan untuk berbagi informasi bersifat pribadi, saat ini dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk berbagi informasi yang sifatnya promosi. Metode pemasaran dilakukan dengan cara mengunggah konten berupa foto dan video dengan berbagai kreasi yang dapat menarik perhatian khalayak. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan social media marketing pada akun @monjaliogyakarta sebagai sarana promosi monumen yogya kembali. Museum Monumen yogya kembali merupakan museum yang berada di Yogyakarta yang di dalamnya menyimpan sejarah kembalinya kota Yogyakarta sebagai ibu kota Republik Indonesia pada 6 Juli 1966. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa serta mendeskripsikan proses social media marketing yang dilakukan dengan menggunakan empat variabel kesuksesan social media marketing dari Susan Gunelius yaitu *Content Creation*, *Content Sharing*, *Connecting*, dan *Community Building*. Jenis penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan teknik pengambilan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa empat elemen social media marketing dari akun instagram @monjaliogyakarta berjalan dengan baik. Selain pemanfaatan instagram sebagai sarana promosi pada media social, monumen yogya kembali juga bekerjasama dengan taman lampion sebagai daya tarik lain dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung.

**Kata Kunci : Social Media Marketing, Instagram, Monumen Yogya Kembali**

**THE USE OF SOCIAL MEDIA MARKETING OF  
@MONJALIYOGYAKARTA ACCOUNT AS MEDIUM OF  
PROMOTION OF THE MONUMENT YOGYA RETURN**

Rizka Tri Nurlaela

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

[rizkanurlaela123@gmail.com](mailto:rizkanurlaela123@gmail.com)

**ABSTRACT**

Social media marketing in the world of marketing is a method for marketing a product on social media. In social media marketing, it is necessary to have an intermediary as a marketing tool that aims to reach a wider network. Instagram as a popular social media in the community has changed its function which was previously used to share personal information, now it can be used to share promotional information. The marketing method is carried out by uploading content in the form of photos and videos with various creations that can attract the attention of the public. The formulation of the problem in this research is how to use social media marketing in the @monjaliyogyakarta account as a means of promoting the Yogya Monument again. The Yogya Monument Museum is a museum located in Yogyakarta which stores the history of the return of the city of Yogyakarta as the capital of the Republic of Indonesia on July 6, 1966. This study aims to analyze and describe the social media marketing process carried out using four social media marketing success variables from Susan Gunelius namely Content Creation, Content Sharing, Connecting, and Community Building. This type of research is descriptive qualitative with data collection techniques through interviews, observation and documentation. The results of this study found that the four elements of social media marketing from the @monjaliyogyakarta Instagram account went well. Apart from using Instagram as a means of promotion on social media, the Yogya Monument is also working with the Lantern Park as another attraction in an effort to increase the number of visitors.

**Keywords: Social Media Marketing, Instagram, Monumen Yogya Kembali**