

“STRATEGI PROMOSI DOBRO COFFE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @DOBRO.COFFE”

Faradilla Az zahra

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email: faradilaazzahraa@gmail.com

ABSTRAK

Di era yang serba modern dan maju ini, perkembangan teknologi memberikan efek cukup besar dalam bisnis. Strategi komunikasi pemasaran yang paling banyak digunakan oleh perusahaan/brand adalah dengan memanfaatkan media sosial instagram sebagai media komunikasi pemasaran serta menjadi media promosi. Penggunaan instagram sebagai media promosi sangatlah efektif untuk meningkatkan penjualan. Dengan memanfaatkan fitur-fitur di dalamnya serta penggunaan strategi penjualan yang tepat, instagram sangat memudahkan dobro coffe dalam memperkenalkan produknya kepada konsumen dengan jangkauan yang lebih luas. Tentunya hal ini dapat dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk mengembangkan penjualan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode penelitian dilakukan untuk memperoleh strategi promosi melalui media sosial instagram @dobro.coffe dengan konten-konten dan fitur yang digunakan berdasarkan dengan bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, Process, Physical Evidence, People*) melalui media sosial instagram sebagai media untuk mempromosikan Dobro.

Kata Kunci : Media Sosial, Instagram, Fitur Instagram, Konten Promosi, 7P

**“Promotional Strategy of Dobro Coffee Through Social Media Instagram
@dobro.coffe”**

Faradilla Az Zahra

*Communication Science Study Program, Faculty of Communication Science and
Multimedia, Mercu Buana University, Yogyakarta*

Email: faradillaazzahraa@gmail.com

ABSTRACT

In this modern and advanced era, technological developments have a considerable effect on business. The marketing communication strategy that is most widely used by companies or brands is to utilize Instagram as a marketing communication medium as well as a promotional medium. The use of Instagram as a promotional media is very effective for increasing sales. By utilizing the features in it and using the right sales strategy, Instagram makes it very easy for dobro coffee to introduce its products to consumers with a wider range. Of course, this can be utilized by business people to develop sales. This research uses descriptive qualitative methods. The research method was carried out to obtain a promotional strategy through Instagram social media @dobro.coffe with the content and features used based on the 7P marketing mix (Product, Price, Place, Promotion, Process, Physical Evidence, and People) through Instagram social media as a medium to promote Dobro.

Keywords: *Social Media, Instagram, Fitur Instagram, Promotion Content, 7P*