

ABSTRAK

NAMA : SYAHIIDA RAHMADINI

NIM : 190720417

**JUDUL : PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @LOR.COFFEE
SEBAGAI SARANA PROMOSI KAFE LOR *COFFEE AND EXPERIENCE*
YOGYAKARTA**

Saat ini bisnis yang sedang berkembang di Indonesia, khususnya Yogyakarta adalah bisnis kuliner minuman kopi. Melihat peluang ini, kemudian salah satu pebisnis Yogyakarta memanfaatkan dengan membuka bisnis kuliner minuman kopi yang bernama Kafe Lor Coffee *and Experience*. Untuk memperkenalkan bisnisnya ini, Kafe Lor *Coffee and Experience* menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana promosinya karena Instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia hingga mencapai 85 juta pengguna. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Kafe Lor Coffee *and Experience* Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, sumber data diperoleh melalui wawancara, dokumentasi dan observasi.

Hasil penelitian mengenai Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi yang dilakukan oleh Kafe Lor Coffee *and Experience* Yogyakarta ini menggunakan indikator yakni bauran promosi berupa periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, *public relations*, pemasaran langsung. Serta fitur yang digunakan Instagram yaitu follow, foto, caption, mention, hastags, geotagging, like. Pada periklanan, fitur yang digunakan oleh Kafe Lor *Coffee and Experience* ini adalah Instagram ads, foto, caption, hastags, jejaring social dan geotagging. Dengan menggunakan fitur tersebut dapat memperluas target pemasaran. Kemudian pada promosi penjualan, fitur yang digunakan oleh Kafe Lor *Coffee and Experience* ini adalah follow, foto, caption, geotagging, like, hastags, dan mention dari pelanggan. Dengan menggunakan fitur tersebut dapat mendorong calon pelanggan untuk tertarik dan membeli. Pada penjualan personal, Kafe Lor *Coffee and Experience* ini langsung menawarkan promosi saat pelanggan datang ke kafe dengan tujuan untuk berinteraksi dengan pelanggan dan melakukan presentasi, menjawab pertanyaan dan memperoleh pesanan. Lalu, pada *public relations*, Kafe Lor *Coffee and Experience* ini menggunakan fitur follow, foto, caption, mention dengan tujuan untuk meningkatkan citra perusahaan. Terakhir yaitu pemasaran langsung, Kafe Lor *Coffee and Experience* ini menggunakan fitur caption pada *direct message* dengan memberi pesan kepada calon pelanggan untuk menawarkan promosinya.

Kata kunci : Penggunaan Media Social, Instagram, Sarana Promosi, Kafe,

ABSTRACT

NAME : SYAHIIDA RAHMADINI

NIM : 14030116060023

TITLE :UTILIZATION OF SOCIAL MEDIA INSTAGRAM @LOR.COFFEE FOR PROMOTION OF LOR COFFEE AND EXPERIENCE'S CAFÉ IN YOGYAKARTA

Currently a growing business in Indonesia, especially in Yogyakarta is the culinary business of coffee drinks. Seeing this opportunity, then one of the Yogyakarta businessmen took advantage by opening a coffeeshop it's called Kafe Lor Coffee and Experience. To introduce this business, Kafe Lor Coffee and Experience uses Instagram social media as a means of promotion because Instagram is the most widely used social media by Indonesian people, reaching 85 million users. The purpose of this study was to determine the use of Instagram social media as a means of promotion of the Yogyakarta Lor Coffee and Experience Cafe. This study uses descriptive qualitative research methods, data sources obtained through interviews, documentation and observation.

The results of the research on the utilization of Instagram social media as a means of promotion conducted by the Lor Coffee and Experience Cafe Yogyakarta used indicators, namely the promotion mix in the form of advertising, sales promotion, personal selling, public relations, direct marketing. And the features used by Instagram are follow, photo, caption, mention, hashtags, geotagging, like. In advertising, the features used by Kafe Lor Coffee and Experience are Instagram ads, photos, captions, hashtags, social networking and geotagging. By using these features can expand the target marketing. Then in sales promotion, the features used by Lor Coffee and Experience Café are follow, photo, caption, geotagging, like, hashtags, and mention from customers. Using this feature can encourage potential customers to be interested and buy. In personal sales, this Lor Coffee and Experience Cafe immediately offers promotions when customers come to the cafe with the aim of interacting with customers and making presentations, answering questions and getting orders. Then, in public relations, this Lor Coffee and Experience Café uses the follow, photo, caption, mention features with the aim of improving the company's image. Lastly, direct marketing, this Lor Coffee and Experience Café uses the caption feature in direct messages by sending messages to potential customers to offer their promotions.

Keyword: Utilization of social media, Instagram, Promotional tool, Café