

Studi Deskriptif Kualitatif *Social Media Marketing* Pada Akun *Instagram* @infobarkas.bpn

Novitri Ayu Widyawati
Universitas Mercu Buana Yogyakarta
Email: novitriayuw@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi era digital membawa peluang sekaligus tantangan, khususnya pada sektor bisnis, untuk dapat beradaptasi dari segi cara beroperasi hingga pelayanan konsumen. Dalam mewujudkan adaptasi terhadap perkembangan teknologi, akun *Instagram* @infobarkas.bpn, yang merupakan bisnis jual-beli barang bekas terbesar di wilayah Kalimantan Timur, memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai sarana penjualan dan pemasaran. Rumusan masalah yang diangkat adalah bagaimana *social media marketing* yang dilakukan oleh akun *Instagram* @infobarkas.bpn. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan jenis data primer dan sekunder melalui wawancara dengan pengelola akun @infobarkas.bpn dan observasi. Analisis dilakukan melalui indikator operasionalisasi media sosial: Context, Communication, Collaboration, dan Connection (4C) sebagai upaya meningkatkan visibilitas dan relevansi terhadap audiens. Hasil akhir menunjukkan bahwa keseluruhan indikator Context, Communication, Collaboration, dan Connection (4C) telah terimplementasi dalam aktivitas strategi pemasaran media sosial yang dilakukan oleh akun *Instagram* @infobarkas.bpn.

Kata Kunci: *Social Media Marketing, Instagram, Context, Communication, Collaboration, Connection (4C), Infobarkas.bpn.*

*Descriptive Qualitative Study of Social Media Marketing on the Instagram Account
@infobarkas.bpn*

Novitri Ayu Widyawati
Universitas Mercu Buana Yogyakarta
Email: novitriayuw@gmail.com

ABSTRACT

The development of digital technology brings both opportunities and challenges, particularly for businesses to adapt in terms of operations and customer service. In adapting to technological advancements, the Instagram account @infobarkas.bpn, which is the largest second-hand goods trading business in East Kalimantan, utilizes social media Instagram as a platform for sales and marketing. The research question addressed is how social media marketing is conducted by the Instagram account @infobarkas.bpn. This research was conducted using qualitative methods with both primary and secondary data obtained through interviews with the account managers of @infobarkas.bpn and observations. The analysis was performed using the social media operationalization indicators: Context, Communication, Collaboration, and Connection (4C) to enhance visibility and relevance to the audience. The final results show that all the indicators of Context, Communication, Collaboration, and Connection (4C) have been implemented in the social media marketing strategy activities conducted by the Instagram account @infobarkas.bpn.

Keyword: Social Media Marketing, Instagram, Context, Communication, Collaboration, Connection (4C), Infobarkas.bpn.