

## **PERANCANGAN KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI “TOKO OEN MALANG”**

Nama : Peaveola Dewi Fortuna  
NIM : 3031710028  
Dosen Pembimbing : Nova Ridho Sisprasajo, S.Sn., M.Ds.

### **ABSTRAK**

Sebuah riset yang dilakukan oleh Aprilita dan Mayang Sari (2014) menyatakan bahwa Toko Oen Malang masih belum memiliki bentuk promosi yang tetap dan Toko Oen Malang masih belum memiliki jumlah pengunjung yang meningkat, maka dari itu Toko Oen Malang dirasa membutuhkan satu media baru untuk mengkomunikasikan beberapa potensi yang dimiliki salah satunya adalah dengan mengoptimalkan promosi lewat akun *social media Instagram*. Menggunakan promosi melalui *media sosial Instagram* sangatlah efektif dan dapat memberi keuntungan tersendiri. Dikarenakan platform *instagram* merupakan platform populer serta memiliki jangkauan yang sangat luas dan memiliki fitur-fitur yang mendukung sebagai media promosi.

Penelitian yang digunakan pada penulisan perancangan Akun *Social Media Instagram* “Toko Oen Malang” Sebagai Media Promosi pada Toko Oen Malang adalah teknik penelitian Kualitatif. Adapun tujuan yang dilakukan pada penelitian ini dengan metode kualitatif agar dapat menjelaskan permasalahan yang terjadi dengan melakukan pengumpulan data serta dapat memenuhi kebutuhan yang akan didapatkan pada penelitian ini. Menurut Moleong (2010) penelitian Kualitatif memiliki definisi penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena dari pengalaman subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dalam melalui deskripsi dengan bentuk kata dan bahasa serta pada suatu konteks alamiah dengan menggunakan berbagai bentuk metode alamiah. Beberapa tahapan dalam metode penelitian dengan melakukan tindakan observasi, wawancara, dokumentasi serta menyebarkan kuisioner. Berdasarkan hasil dari data yang diperoleh dari 3 Aspek dalam penelitian ini

***Kata kunci:*** *media social instagram*, media promosi

## **PERANCANGAN KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI “TOKO OEN MALANG”**

*Student* : Peaveola Dewi Fortuna  
*SIN* :3031710028  
*Mentor* : Nova Ridho Sisprasajo, S.Sn., M.Ds.

### **ABSTRAK**

*A research conducted by Aprilita and Mayang Sari (2014) states that Toko Oen Malang still does not have a permanent form of promotion and Toko Oen Malang still does not have an increasing number of visitors, therefore Toko Oen Malang is deemed to need a new media to communicate some of its potential, one of which is to optimize promotion through Instagram social media accounts. Using promotion through Instagram social media is very effective and can provide its own benefits. Because the Instagram platform is a popular platform and has a very wide range and has features that support it as a promotional media.*

*The research used in writing the design of the Instagram Social Media Account "Toko Oen Malang" as a Promotional Media at Toko Oen Malang is a Qualitative research technique. The objectives carried out in this study with qualitative methods in order to explain the problems that occur by collecting data and can meet the needs that will be obtained in this study. According to Moleong 2010) Qualitative research has a definition of research that aims to understand the phenomena of the research subject's experience such as behavior, perception, motivation, perception, action, and others holistically through descriptions in the form of words and language and in a natural context using various forms of natural methods. Several stages in the research method by conducting observations, interviews, documentation and distributing questionnaires. Based on the results of the data obtained from 3 aspects in this study.*

**Keywords:** *media social instagram, promotions media*