

**IMPLEMENTASI PEMANFAATAN FITUR INSTAGRAM PADA "EIGER"
SEBAGAI AKTIVITAS MARKETING *PUBLIC RELATIONS* DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan
Memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi**



OLEH:

HERMAN RISKY UKAT

NIM: :2016230087

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi
MALANG
2023**

RINGKASAN

Instagram adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto, video, dan konten visual lainnya. Instagram juga menawarkan fitur-fitur seperti Instagram Stories, di mana pengguna dapat membagikan informasi Terdapat pula fitur Instagram Live, yang memungkinkan pengguna untuk melakukan siaran langsung dengan pengikut mereka. Selain membagikan foto dan video, Instagram juga dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan suatu produk, yang berpengaruh pada penjualan produk. Sehingga peran Instagram sering dimanfaatkan oleh individu, perusahaan, anggota maupun kelompok. Tujuan dari Instagram itu sendiri ialah Memungkinkan pengguna untuk saling interaksi antar pengguna melalui berbagi cerita, pesan dan foto juga video, selain itu juga sebagai media hiburan, pada Instagram kalian dapat menemukan banyak hiburan seru berupa feed, foto, dan video yang menarik, inspirasi, dan bersifat edukatif. Selain itu Instagram merupakan tempat mencari inspirasi dan ide kreatif Dalam penelitian ini peneliti meneliti tentang suatu perusahaan bernama *Eiger*,(*Eiger Flagship Malang Mc*) untuk mencari tahu bagaimana aktivitas yang dilakukan oleh pihak *Eiger (public relation)* dalam meningkatkan penjualan dari produk *Eiger* itu sendiri. Dalam memanfaatkan Instagram untuk penjualan, aktivitas *public relations*. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan teknik pengumpulan data pada sumber informan lalu kemudian dianalisis untuk mencari tahu tentang aktivitas *public relation* dalam penerapannya sehingga berpengaruh pada jumlah dan menaikkan penjualan dari produk *Eiger Flagship Malang Mc*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, dengan dua jenis sumber data yakni data primer dan sekunder yang terfokus pada “*implementasi pemanfaatan fitur Instagram pada produk Eiger, sebagai aktivitas marketing public relations dalam meningkatkan penjualan*”. Jenis sumber data dalam penelitian ini ialah wawancara, pengamatan atau observasi, dan arsip data. Teknik analisis data dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan tahap reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan, sedangkan teknik keabsahan data mengungkapkan kebenaran yang objektif. Dan yang terakhir ialah wawancara dilakukan oleh manajer, pemilik toko, dan

konsumen sebagai teknik pengumpulan data untuk mengumpulkan semua jenis informasi yang ada.

Kata Kunci: Aktivitas, Fitur Instagram, *Public Relations*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial telah berkembang menjadi alat pemasaran dan komunikasi penting untuk bisnis di era digitalisasi ini. Instagram adalah salah satu situs jejaring sosial yang paling banyak digunakan. Dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif dan 633 juta pengikut secara global, Instagram menawarkan peluang fantastis kepada perusahaan untuk memperluas jangkauan pemasaran mereka dan meningkatkan penjualan. Instagram memiliki keunggulan terutama dalam hal engagement dengan postingan yang ditampilkan, dibandingkan media sosial lainnya, fitur baru Instagram atau reels memiliki keunggulan tersendiri yang membuat para penggunanya memanfaatkan fitur Instagram untuk mempromosikan dan menjual produknya. Keunggulan Instagram dapat dilihat dari beberapa aspek berikut, Fokus pada Video, Instagram terutama berfokus pada berbagi gambar dan video. Ini menjadikannya platform populer untuk berbagi momen sehari-hari, menunjukkan kreativitas, dan menemukan konten visual yang menarik. Instagram memiliki keterlibatan pengguna yang tinggi. Pengguna umumnya lebih aktif dalam hal menyukai, berkomentar, dan berbagi konten dibandingkan dengan media sosial lainnya. Kelebihan selanjutnya adalah Instagram telah membangun komunitas yang kuat di berbagai bidang seperti fashion, makanan, fotografi dan lainnya. Pengguna dapat melakukan ini untuk terhubung dengan orang lain yang memiliki minat serupa, bekerja sama, dan menemukan inspirasi. (David K. Brake dan Lon Safko: 45) Instagram menawarkan berbagai fitur kreatif seperti filter foto, stiker, polling, dan lainnya. Fitur ini memungkinkan pengguna menambahkan kepribadian pada konten mereka dan membuatnya lebih menarik. Dan Instagram telah menjadi platform populer bagi pengguna dan merek untuk menumbuhkan banyak pengikut dan mempengaruhi audiens. Banyak merek dan selebritas menggunakan Instagram sebagai alat pemasaran yang ampuh untuk mempromosikan produk dan konten mereka. Di Instagram, pengguna juga dapat menceritakan kisah mereka melalui gambar dan video. Ini menawarkan individu dan merek kesempatan untuk berbagi

cerita yang kuat dan menginspirasi melalui konten visual. Dengan alasan tersebut di atas maka peneliti memilih Instagram sebagai media sosial dalam materi penelitian “Pemanfaatan Fitur Instagram di Eiger Sebagai Kegiatan Marketing PR Dalam Meningkatkan Penjualan”. Dalam hal ini kita berbicara tentang Eiger, sebuah perusahaan yang menawarkan layanan pendakian luar ruangan dan olahraga serupa menggunakan Instagram sebagai sumber iklan. (Detiknews.com, 2017). Eiger adalah perusahaan retail ternama di Indonesia. Eiger telah mengembangkan berbagai produk inovatif dan berkualitas tinggi yang menawarkan solusi untuk kegiatan di luar ruangan. Untuk bertahan dan meningkatkan penjualan, Eiger harus menggunakan metode pemasaran yang cerdas dan efisien karena jumlah saingan di pasar meningkat. Salah satu strategi pemasaran yang layak dilakukan adalah dengan menggunakan fitur-fitur Instagram sebagai komunikasi pemasaran. Fitur eksklusif Instagram seperti Instagram Stories, IGTV, dan Instagram Live dapat digunakan untuk mempromosikan produk dan meningkatkan brand awareness. Dengan demikian, diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk Eiger. Eiger Jl Soetta No 9a Malang dengan total followers 16,1k juga memiliki 2 postingan dan menawarkan berbagai produk seperti aktivitas pemasaran menggunakan fitur Instagram, dan beberapa kontennya adalah streaming gambar dan video buatan Eiger. remaja dan masyarakat umum.

Dengan berkembangnya zaman, terjadi perubahan gaya hidup pada masyarakat urban sekarang. Salah satu wujud gaya hidup modern saat ini adalah kebiasaan kelompok tertentu untuk mendaki gunung, berkemah dan kegiatan outdoor lainnya, yang merupakan kegiatan positif yang sering dilakukan oleh masyarakat pada umumnya, di semua kelompok umur. (Kellner, 2010: 23). Gaya hidup ini sejalan dengan sifat orang Indonesia yang suka bepergian. Itulah sebabnya mereka (PR) menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk dan jasa mereka, baik itu makanan, jasa, persewaan atau apapun. Salah satu platform media sosial yang sering disorot adalah Instagram.

Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian sebelumnya hanya melihat efektivitas periklanan yang diterapkan melalui Instagram yang meliputi iklan seperti desain, video dan iklan, kelompok sasaran

sebelumnya adalah komunitas pendakian. Namun penelitian ini tidak hanya berkaitan dengan pemanfaatan Instagram sebagai sumber periklanan, promosi, tetapi juga berkaitan dengan kegiatan marketing PR dalam meningkatkan penjualan dengan tujuan pemasaran yang luas yaitu di semua kalangan.

Terkait hal itu, dalam penelitian ini penulis pun tertarik untuk memahami dan mengetahui pemanfaatan Instagram oleh public relation dalam melakukan aktivitas marketing pada fitur Instagram milik “Eiger” , sehingga peneliti menetapkan judul penelitian sebagai berikut, “Implementasi pemanfaatan fitur instagram “Eiger” sebagai aktivitas marketing *public relations*, dalam meningkatkan penjualan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Implementasi Pemanfaatan Fitur Instagram Produk Eiger Sebagai Aktivitas Marketing *Public Relations*?
2. Bagaimana pengaruh pemanfaatan fitur Instagram produk Eiger sebagai aktivitas marketing *public relations* terhadap penjualan produk.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami:

1. Implementasi pemanfaatan fitur Instagram produk Eiger sebagai aktivitas marketing *public relations*.
2. pemanfaatan fitur Instagram produk Eiger sebagai aktivitas marketing *public relations* terhadap penjualan produk.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi tentang implementasi pemanfaatan fitur Instagram produk Eiger sebagai aktivitas marketing *public relations*.
2. Memberikan informasi tentang pengaruh pemanfaatan fitur Instagram produk Eiger sebagai aktivitas marketing *public relations* terhadap penjualan produk.
3. Menambah wawasan dan pengetahuan tentang pemasaran melalui media sosial khususnya Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro (2011), *Handbook Of Public Relations Pengantar Komprehensif*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro DKK (2015), *Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Edisi Revisi 2015)*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Soemirat. (2016:10). Frank Jefkins Mengemukakan Dalam Bukunya Yang Berjudul “*Public Relation In Word Marketing*”.
- Ardianto, Elvinaro (2016), *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bafield, R., Eriksson, M., & Walkingshaw, N. (2017). *Product Leadership: How Top Product Managers Launch Awesome Products and Build Successful Teams*. O'Reilly Media, Inc.
- Kapardis, A. (2017). *Psychology and Law: A Critical Introduction*. Cambridge University Press.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing*. SAGE Publications.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Moleong, L.J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Kothari, C.R. (2016). *Research Methodology: Methods and Techniques*. New Age International.