



## ABSTRAK

### PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI TEH POINT INDONESIA

Fery Jose Pratama  
5201711130

Promosi *online* merupakan hal yang perlu dilakukan setiap perusahaan pada era modern ini. Pada saat ini media sosial Instagram tidak hanya berfungsi untuk kebutuhan hiburan semata, tetapi juga sebagai media sosial yang mempunyai manfaat untuk mengembangkan bisnis. Pada cuaca panas seperti sekarang para pelaku usaha bisnis khususnya *frenchise* es teh berlomba lomba untuk mencari calon mitra termasuk Teh Point Indonesia. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kegiatan promosi *online* yang dilakukan Teh Point Indonesia di Instagram. Teori yang digunakan dalam penelitian ini teori model promosi *online* Rangkuti. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan analisis data kualitatif yang berisi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Peneliti menarik Kesimpulan bahwa Teh Point Indonesia melakukan kegiatan promosi *online* melalui Instagram dengan cukup baik dan berbagai cara dengan memanfaatkan berbagai fitur di Instagram untuk menarik calon mitra dan konsumen.

**Kata Kunci:** Promosi Online, Instagram, Teh Point Indonesia

## **ABSTRACT**

### **USE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA AS A PROMOTION MEDIA FOR TEA POINT INDONESIA**

*Fery Jose Pratama*  
5201711130

*Online promotion is something that every company needs to do in this modern era. At this time, Instagram social media does not only function for entertainment needs, but also as a social media that has benefits for developing a business. In hot weather like now, business actors, especially iced tea franchises, are competing to find potential partners, including Teh Point Indonesia. The purpose of this study is to determine the online promotional activities carried out by Teh Point Indonesia on Instagram. The theory used in this study is the Rangkuti online promotion model theory. The research method used is a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques use interviews, observations, and documentation. The data analysis method uses qualitative data analysis which contains data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The researcher draws the conclusion that Teh Point Indonesia carries out online promotional activities through Instagram quite well and in various ways by utilizing various features on Instagram to attract potential partners and consumers.*

**Keywords:** *Online Promotion, Instagram, Teh Point Indonesia*