



## ABSTRAK

### **PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @LAMBANGARAGE SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONLINE DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN**

Aisha Anindya Chalim  
5211711057

Perkembangan media sosial mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan platform digital sebagai sarana promosi yang efektif, salah satunya melalui Instagram. Dalam perspektif ilmu komunikasi, Instagram berperan sebagai media komunikasi pemasaran yang interaktif dan partisipatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial Instagram sebagai media promosi online pada akun @Lambanggarage dalam menarik minat beli konsumen. Penelitian ini menggunakan paradigma interpretatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pengelola akun Instagram @Lambanggarage, observasi terhadap konten promosi selama periode Agustus–Oktober 2025, serta dokumentasi sebagai data pendukung. Analisis penelitian difokuskan pada unsur bauran promosi yang meliputi periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, dan penjualan personal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan minat beli konsumen. Konten visual yang menarik, konsisten, dan informatif, serta interaksi dua arah yang responsif melalui fitur komentar dan pesan langsung, mampu membangun kepercayaan, keterlibatan (*engagement*), dan citra positif merek. Dengan demikian, Instagram terbukti efektif sebagai media promosi online dalam mendukung strategi komunikasi pemasaran dan mendorong minat beli konsumen Lamban Garage.

**Kata Kunci:** Instagram, media sosial, promosi online, minat beli konsumen

## **ABSTRACT**

### **MANAGEMENT OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA @LAMBANGARAGE AS AN ONLINE PROMOTIONAL MEDIA TO ATTRACT CONSUMER BUYING INTEREST**

*Aisha Anindya Chalim*  
5211711057

*The development of social media has encouraged businesses to utilize digital platforms as effective promotional media, one of which is Instagram. From a communication studies perspective, Instagram functions as an interactive and participatory marketing communication medium. This study aims to analyze the role of Instagram as an online promotional medium on the @Lambangarage account in attracting consumer purchase intention. This research applies an interpretive paradigm with a qualitative descriptive approach. Data collection techniques include in-depth interviews with the Instagram account administrator, observation of promotional content during the August–October 2025 period, and documentation as supporting data. The analysis focuses on promotional mix elements, including advertising, sales promotion, public relations, direct marketing, and personal selling. The findings indicate that Instagram plays a significant role in increasing consumer purchase intention. Attractive, consistent, and informative visual content, combined with responsive two-way interactions through comments and direct messages, contributes to building trust, engagement, and a positive brand image. Therefore, Instagram is proven to be an effective online promotional medium in supporting marketing communication strategies and enhancing consumer purchase intention toward Lamban Garage products and services.*

**Keywords:** *Instagram, social media, online promotion, purchase intention*