

**PENERAPAN *INSTAGRAM* SEBAGAI *MEDIA KOMUNIKASI*
PEMASARAN PADA PT. SYAKIRA GHYNA RAJAWALI INDONESIA
YOGYAKARTA**

Rio Erdi Yuliant Djunaedi

Abstrak

Instagram adalah salah satu sosial media yang digunakan sebagai sarana untuk komunikasi pemasaran perusahaan, dalam dunia bisnis, komunikasi pemasaran memiliki peranan penting bagi perkembangan perusahaan karena dengan adanya komunikasi pemasaran maka masyarakat akan mengetahui keberadaan suatu produk barang/jasa yang dipasarkan. Prambanan Jazz menggunakan instagram sebagai alat mengkomunikasikan informasi tentang event yang akan berlangsung. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dimana peneliti melakukan wawancara dengan pihak PT Syakira Ghyna Rajawali Indonesia *Communication* dan pengunjung konser Prambanan Jazz. Ada lima indikator sosial media marketing yaitu *online communities, interaction, sharing of content, accessibility*, dan *credibility*. Dari metode yang digunakan pada event Prambanan Jazz menggunakan instagram sebagai komunikasi pemasaran dapat dikatakan layak, dilihat dari pengunjung event prambanan jazz dari tahun pertama di 2015 tercatat mencapai angka 3660 pengunjung dan pada akhirnya pada tahun 2019 pengunjung prambanan jazz mencapai 34.306 pengunjung.

Kata Kunci: *Online Communities, Interactive, Sharing of Content, Accessibility, Credibility*

**THE USE OF INSTAGRAM AS MARKETING COMMUNICATIONS
MEDIUM AT PT. SYAKIRA GHYNA RAJAWALI INDONESIA IN
YOGYAKARTA**

Rio Erdi Yuliant Djunaedi

Abstract

Instagram is one of the social media used as a means of business marketing communications. In business, marketing communication has an important role for the development of the company due to their marketing communication. People can see the existence of something through social media, such as Instagram. Prambanan Jazz performance uses instagram as a means of communicating information about the event. This research was a descriptive qualitative one where the researcher conducted interviews with PT. Syakira Ghyna Rajawali Indonesia representation and visitors of Prambanan Jazz concert. There were five indicators of social media marketing, namely online communities, interaction, sharing of content, accessibility, and credibility. Instagram as a medium in promoting Prambanan Jazz event was feasible. It was proved by the visitors of the event in the first year of 2015 reached 3660 visitors and in 2019, the visitors of Prambanan jazz event reached 34306 visitors.

Keywords: : *Online Communities, Interactive, Sharing of Content, Accessibility, Credibility*

File : RIO ERDI YULIANT DJUNAEDI
5150211220