

**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN
PADA TOKO BUKU DISKON TOGAMAS KOTABARU
MENURUT PERSEPSI KONSUMEN**

Muchammad Su'ud

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan media sosial dalam komunikasi pemasaran, seperti yang diterapkan oleh Toko Buku Diskon Togamas Kotabaru. Tugas akhir ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Berdasarkan pengolahan data kuesioner penulis menggunakan metode *arithmetic mean* dengan skala pengukuran likert di modifikasi untuk mengetahui respon konsumen terhadap komunikasi pemasaran di *Instagram @togamaskotabaru* yang didukung menggunakan indikator *context* tampilan pada akun *instagram*, *communication* menyampaikan informasi dan menjawab pertanyaan, *collaboration* kerjasama antara perusahaan dengan penggunanya di media sosial, dan *connection* menanggapi komentar dari konsumen. Hasil analisis pada 30 responden mengenai penggunaan media sosial dalam komunikasi pemasaran pada Toko Buku Diskon Togamas Kotabaru mendapatkan nilai skor rata-rata 3.79, skor tersebut termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa akun *instagram @togamaskotabaru* sangat baik terhadap aktivitas disaat konsumen mengunjungi akun *instagram* tersebut.

Kata Kunci: *Media Sosial Instagram, Context, Communication, Collaboration, Communication, Persepsi Konsumen*

**THE CUSTOMERS' PERCEPTION OF THE USE OF SOCIAL MEDIA IN
MARKETING COMMUNICATION AT TOGAMAS DISCOUNT
BOOKSTORE IN KOTABARU**

Muchammad Su'ud

Abstract

This study aimed to determine the customers' perception of the use of social media in marketing communication at Togamas Discount Bookstore in Kotabaru, Yogyakarta. This final project was a descriptive study with quantitative and qualitative approaches. The questionnaire data processing used the arithmetic mean method with a modified Likert measurement scale to determine consumer perception of marketing communications on Instagram @togamaskotabaru. It was supported by using context display indicators on Instagram accounts, questions-answer information, the collaboration between companies and their users in social media, and the response of consumers' comments. The results of the analysis of 30 respondents regarding the use of social media in marketing communication at the Togamas Discount Bookstore in Kotabaru was in an average score of 3.79; the score was included in the "very good" evaluation criteria. Indeed, the @togamaskotabaru Instagram account was "very good" for consumers to visit.

Keywords: *Instagram Social Media, Context, Communication, Collaboration, Communication, Consumer Perception*