

PENERAPAN STRATEGI KOMUNIKASI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI KASUS PADA XT SQUARE YOGYAKARTA)

Herlina

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi komunikasi melalui media sosial instagram yang dilakukan oleh XT Square. Dalam era globalisasi dan seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi khususnya di bidang informasi dan komunikasi yang semakin canggih, internet mampu melahirkan suatu jaringan yang biasa dikenal dengan sebutan media sosial. Media sosial merupakan sebuah media online yang memudahkan orang untuk berpartisipasi, berbagi informasi, dan menciptakan komunikasi jejaring sosial yang lebih luas. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Selain itu penelitian ini juga menggunakan teknik wawancara mendalam dengan narasumber, studi literatur dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diketahui bahwa perencanaan penerapan strategi komunikasi melalui media sosial instagram yang dilakukan oleh XT Square adalah dengan menganalisis masalah, menganalisis khalayak, pemilihan media, menentukan tujuan, saluran komunikasi dan mengembangkan pemasaran digital dengan memanfaatkan fitur di instagram seperti foto dan video, comment, like, caption, followers, hashtag, location, tagging, dan juga endorsement untuk social media maintenance. Kendala yang dihadapi XT Square dalam memasarkan produknya di media sosial Instagram dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung di XT Square diantaranya adalah channel, anggaran biaya, market, respons dari konsumen dan konten. Kemudian melalui analytic instagram perusahaan dapat mengetahui dan mengamati mulai dari aktivitas, konten, audience. Sehingga perusahaan dapat menentukan strategi yang tepat dalam menyusun gaya bahasa pada caption, membuat konten tepat sasaran, dan mengetahui waktu yang tepat untuk melakukan posting-an yaitu ketika followers sedang aktif menggunakan media sosial instagram.

Kata Kunci: *Komunikasi Pemasaran, Strategi, Media Sosial, Instagram*

***THE USE OF COMMUNICATION STRATEGY THROUGH INSTAGRAM
SOCIAL MEDIA (A CASE STUDY AT XT SQUARE YOGYAKARTA)***

Herlina

Abstract

The purpose of this research is to figure out the use of communication strategy through Instagram social media performed by XT Square. In this globalization era and as technology develops, especially in information and communication, internet has a network called social media. Social media is an online platform which makes it easier for people to participate, sharing information, and creating wider social communication. The method of this research is qualitative descriptive. Besidest, this research also uses interview, literature study, and documentation. Based on the results of the research and the discussion, noted that the plan of use communication strategy through Instagram social media performed by XT Square are by analyze the problems, analyze the public, choose media, set goals, communication channel, and build a digital marketing by making use of Instagram features likes photos, videos, comments, likes, caption, followers, hashtags, location, tags, and endorsement for social media maintenance. The problems faced by XT Square in marketing the product in Instagram social media to increase the XT Square visitors are the channel, cost, market, consumer response, and the content. Through Instagram analytic, the company can know and and trace the activity, content, and audience. So that company can make decision to determine the strategy in construct language style for the caption, create appropriate content, and know the time to upload, that is when the followers are actively using Instagram social media.

Keywords: *Marketing Communication, Strategy, Social Media, Instagram.*