PEMASARAN MEDIA SOSIAL *instagram* pada HANTING INDONESIA ABADI cabang cv klick digital YOGYAKARTA

**Andika Yuna Herjuna**

# Abstrak

Penelitian ini dilakukan di Hanting Indonesia Abadi Cabang CV Klick Digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemasaran media sosial *instagram* pada Hanting Indonesia Abadi Cabang CV Klick Digital. Metode yang digunakan dalam pengambilan data yaitu menggunakan kuesioner yang disebarkan melalui *google from*. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis uji validitas, uji reliabilitas, uji *Arithmetic Mean*. Dalam melakukan penelitian ini sampel yang digunakan yaitu sebanyak 37 responden. Setelah semua data diperoleh, kemudian penulis melakukan perhitungan data menggunakan *Statistical Package For The Social Scienses* (SPSS) windows versi 26. Berdasarkan uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini dinyatakan valid. Berdasarkan uji reliabilitas pada penelitian ini dinyatakan reliabel. Berdasarkan uji *Arithmetic Mean* yang dilakukan pada penelitian ini dengan memperoleh nilai rata-rata seluruh indikator variabel *media sosial* yaitu sebesar 2,49 yang artinya nilai rata-rata tersebut menunjukkan kategori tidak setuju. Rata-rata keseluruhan indikator konteks sebesar 2,42 yang artinya nilai rata-rata tersebut menunjukkan kategori tidak setuju. Rata-rata keseluruhan indikator komunikasi sebesar 2,47 yang artinya nilai rata-rata tersebut menunjukkan kategori tidak setuju. Rata-rata keseluruhan indikator kolaborasi sebesar 2,47 yang artinya nilai rata-rata tersebut menunjukkan kategori tidak setuju. Rata-rata keseluruhan indikator koneksi sebesar 2,65 yang artinya nilai rata-rata tersebut menunjukkan kategori setuju.

**Kata Kunci**: *Media Sosial*



***INSTAGRAM SOCIAL MEDIA MARKETING ON HANTING INDONESIA ABADI BRANCH CV KLICK DIGITAL YOGYAKARTA***

**Andika Yuna Herjuna**

# *Abstract*

*This research was conducted at Hanting Indonesia Abadi, CV Klick Digital branch. This study aims to determine of Instagram social media marketing at Hanting Indonesia Abadi CV Klick Digital branch. The method used in data collection is using a questionnaire distributed through google from. The analysis in this study uses analysis of validity test, reliability test, Arithmetic Mean test. In conducting this research, the sample used was 37 respondents. After all the data was obtained, then the writer calculated the data using the Statistical Package For The Social Sciences (SPSS) windows version 26. Based on the validity test conducted in this study, it was declared valid. Based on the reliability test in this study, it was declared reliable. Based on the Arithmetic Mean test conducted in this study, the average value of all indicators of Media Social variables was 2.49, which means that the average value indicates a disagree category. The overall average of the context indicators is 2.42, which means that the average value indicates the disagree category. The overall average of communication indicators is 2.47, which means that the average value indicates the disagree category. The overall average of collaboration indicators is 2.47, which means that the average value indicates the disagree category. The average overall connection indicator is 2.65, which means that the average value indicates the category agree.*

***Keywords:*** *Social Media*