

ABSTRAK

Syalsa Syabila Putri. 24071119018. Judul Penelitian ini adalah: Strategi Promosi Akun Instagram @hobimakan_garut Pada Peningkatan Penjualan (Studi Deskriptif Kualitatif Menggunakan Pendekatan *Context, Communication, Collaboration* dan *Connection* (4C) Pada Akun Instagram @hobimakan_garut).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya persaingan bisnis kuliner pada saat ini, persaingan tersebut membuat pelaku usaha berlomba-lomba untuk melakukan sebuah promosi. Masih banyak pelaku usaha kuliner yang belum menggunakan atau memanfaatkan media sosial dengan baik dan benar. Banyak pelaku usaha kuliner yang tidak menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya dan lebih memilih untuk memasarkannya sendiri dengan cara memberikannya ke kios-kios terdekat untuk dijual kembali tanpa memanfaatkan media sosial. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan menemukan strategi promosi yang dilakukan @hobimakan_garut dalam mempromosikan kuliner dengan pendekatan *Marketing Mix 4C Context, Communication, Collaboration* dan *Connection*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, studi kepustakaan, dokumentasi dan observasi. Adapun subjek pada penelitian ini adalah pelaku usaha yang telah melakukan promosi kepada akun Instagram @hobimakan_garut berjumlah 2 pelaku usaha dan 3 pengelola @hobimakan_garut serta 3 Narasumber diantaranya dari bidang akademis Dosen Fkominfo UNIGA, bidang Informasi dan Komunikasi Publik Diskominfo dan Dinas Perindustrian, Perdagangan, Energi dan Sumber Daya Mineral. Pengambilan informan dan narasumber menggunakan teknik *Purposive Sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek pendekatan *Context* selalu memperhatikan pengelolaan struktur bahasa, penyampaian informasi, ciri khas, dan penuh kejelasan dalam setiap konten yang di post melalui sebuah foto atau video. Pada *Communication* @hobimakan_garut memanfaatkan berbagai fitur untuk berkomunikasi dengan para *followers*, seperti *feeds, reels*, kolom komentar, *direct message, insta story, instagram live* dan *question box*. Pada *Collaboration* menerapkan tagline “guys guys guys”. *Connection* @hobimakan_garut dengan rutin upload konten setiap harinya. Kesimpulan bahwa pelaku usaha yang sudah melakukan promosi ke akun Instagram @hobimakan_garut mengalami peningkatan penjualan.

Kata Kunci: Collaboration; Communication; Connection; Context; Promosi

ABSTRACT

Syalsa Syabila Putri. 24071119018. *The Title of This Research is: Promotion Strategy Instagram Account@hobimakan_garut On Increasing Sales (Qualitative Descriptive Study Using Context, Communication, Collaboration, Connection (4C) Approach on Instagram Account @hobimakan_garut).*

This research is motivated by the many culinary business competitions at this time, this competition makes business actors compete to do a promotion. There are still many culinary business actors who have not used or utilized social media properly and correctly. Many culinary business actors do not use social media to market their products and prefer to market them themselves by giving them to nearby stalls for resale without utilizing social media. The purpose of this study is to explain and find promotional strategies carried out by @hobimakan_garut in promoting culinary with a *Marketing Mix 4C Context, Communication, Collaboration and Connection* approach.

The research method used in this study is a descriptive method with a qualitative approach. Data collection techniques use in-depth interviews, literature studies, documentation and observation. The subjects in this study are business actors who have promoted to Instagram accounts @hobimakan_garut totaling 2 business actors and 3 @hobimakan_garut managers and 3 resource persons including from the academic field of UNIGA Fkominfo Lecturers, the field of Public Information and Communication Diskominfo and the Office of Industry, Trade, Energy and Mineral Resources. Retrieval of informants and resource persons using *Purposive Sampling* techniques.

The results showed that the *Context* approach aspect always pays attention to the management of language structure, delivery of information, characteristics, and full clarity in every content posted through a photo or video. *Communication* @hobimakan_garut utilizing various features to communicate with *followers*, such as *feeds, reels, comment columns, direct message, insta story, instagram live* and *question box*. *Collaboration* applies the *tagline* "guys guys guys". *Connection* @hobimakan_garut by regularly uploading content every day. The conclusion is that business actors who have promoted to Instagram accounts @hobimakan_garut experienced an increase in sales.

Keywords: *Collaboration; Communication; Connection; Context; Promotion*