

ABSTRAK

Nama : Eveline Anggreani Christie
Program Studi : Bisnis Perhotelan
Judul : Efektifitas Media Instagram untuk Promosi KUY! Kafe

Perkembangan teknologi di era globalisasi berkembang pesat. Ini bisa dilihat dari kehidupan orang-orang yang bergantung pada teknologi seperti internet. Platform internet sebagai sarana komunikasi untuk individu dengan komunitas dengan cepat disebut media sosial. Ada sangat banyak pengguna media sosial di Indonesia apalagi Instagram. Awalnya penggunaan media sosial hanya sebagai sarana komunikasi dan pertukaran informasi di dunia maya. Namun seiring berjalannya waktu, banyak media sosial beralih fungsi untuk pemasaran dan promosi bisnis. Salah satu bisnis yang dipromosikan secara luas di Instagram adalah bisnis makanan dan minuman. Tetapi apakah media sosial Instagram efektif dalam mempromosikan industri makanan dan minuman belum diketahui. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian tentang efektivitas media Instagram untuk promosi kafe. Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui efektifitas Instagram sebagai media promosi bagi kafe yang diteliti dengan menggunakan AIDA sebagai komponen pedoman pembuatan dan gambaran dalam membuat pertanyaan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dari penyebaran kuesioner dan wawancara dengan kafe untuk diselidiki. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa media sosial, terutama Instagram adalah media yang efektif dalam mempromosikan bisnis, terutama yang bergerak dalam makanan dan minuman..

Kata Kunci: Kafe, Media Sosial, Efektifitas, Promosi, Instagram.

ABSTRACT

Name : Eveline Anggreani Christie
Study Program : Hotel Business
Title : The Effectiveness of Instagram for KUY! Café Promotion

The development of technology in the era of globalization is growing rapidly. This can be seen from the lives of people who depend on technology such as the internet. Internet platforms as a means of communicating for individuals with communities are quickly called social media. There are so many social media users in Indonesia especially for Instagram. At first, the function of social media is only for communication and exchanging information in cyberspace. But over time, social media switched functions for marketing and business promotion. One business that is widely promoted on Instagram is food and beverage business. But whether Instagram is effective in promoting the food and beverage industry is not yet known. So in this research, researchers conducted research about the effectiveness of Instagram for the promotion of a cafe. This research is expected to find out the effectiveness of Instagram as a promotional medium for cafes studied by using AIDA as a guideline for making and describing the questions in this research. This research uses quantitative and qualitative methods with descriptive analysis method. The data collection was carried out from the distribution of questionnaires and interviews with the cafe to be investigated. The results of this study prove that social media, especially Instagram is an effective media in promoting a business, especially those engaged in food and beverages.

Keyword : *Cafe, Social Media, Effectiveness, Promotion, Instagram.*