

## ABSTRAK

Bandung kunafe merupakan sebuah bisnis yang bergerak dibidang kuliner yang menjual berbagai macam kue yang berbahan dasar *Japanese cheese cake*. Bandung Kunafe juga menjual berbagai produk UMKM se-jawa Barat. Bandung Kunafe bisa menjadi salah satu pilihan untuk membeli oleh-oleh saat berkunjung ke kota Bandung. Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan faktor-faktor yang menjadi penghambat dalam efektivitas pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi produk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi produk dan upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi faktor yang menjadi hambatan dalam pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi tersebut.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu adalah metode penelitian kualitatif dengan tujuan *explanatory research* melalui pendekatan studi kasus dengan cara mengumpulkan beberapa fakta berupa kata-kata. Adapun informan dalam penelitian ini yaitu ibu rumah tangga, wiraswasta, mahasiswa, siswa SMA dan karyawan swasta. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan coding proses, dengan tahapan yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengujian keabsahan data menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian ini adalah Pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi produk yang dilakukan oleh Bandung Kunafe sudah efektif. Dilihat dari banyaknya *followers* yang menyukai konten video/reels ataupun konten promo yang dibagikan Bandung Kunafe di instagramnya, hal ini tentunya mendatangkan *traffic* yang signifikan dapat dilihat dari jumlah followers akun Instagram nya yang sudah mencapai 111 ribu dan banyaknya orang yang mengetahui akun Instagram Bandung Kunafe. Hal yang menjadi faktor penghambat dalam keefektifan media sosial Instagram sebagai sarana promosi produk yaitu tidak semua konsumen Bandung Kunafe memiliki media sosial, itu pun dapat diatasi dengan melakukan promosi secara offline.

Saran yang ingin disampaikan oleh peneliti untuk Bandung Kunafe adalah sebaiknya Bandung Kunafe menambah jumlah SDM untuk spesialis media sosial agar dapat lebih fokus dalam mengelola media sosial yang dimiliki, sebaiknya Bandung Kunafe juga menambah fasilitas untuk kebutuhan pembuatan konten promosi di media sosial.

Kata kunci : Efektivitas media, promosi, Instagram