

RINGKESAN

Ulikan ieu ngajelaskeun strategi pamasaran média sosial ngaliwatan akun Instagram Rely Studio, nyaéta vendor poto kawinan anu diadegkeun dina taun 2019. Kusabab Rely Studio mangrupa vendor poto, Rely Studio ngagunakeun média sosial, nyaéta Instagram pikeun ngawangun brand awareness jeung ngajaga engagement jadi yén konsumen langkung sadar sareng Rely Studio. Tiori anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta komputasi komunikasi anu dimédiiasi jeung konsép pamasaran média sosial (Lee, dkk 2013) ngagunakeun métode déskriptif kualitatif. Informan konci dina ieu panalungtikan nyaéta Pendiri sareng Pamasaran Média Sosial. Informan pangrojong nyaéta 3 konsumen sareng pengikut Rely Studio. Informan praktisi nyaéta Spesialis Média Sosial anu ahli dina widang Pemasaran Média Sosial.

Hasil tina ieu panalungtikan nuduhkeun yén tina lima ciri pamasaran média sosial, nya éta partisipasi, anu nétélakeun yén eusi anu disadiakeun ku Instagram Rely Studio ngabalukarkeun partisipasi dina wangun likes jeung komentar ti konsumen Rely Studio. Ciri anu kadua, nya éta keterbukaan, nétélakeun yén informasi anu disayogikeun ku Instagram Rely Studio jelas supados henteu aya halangan antara konsumen sareng Rely Studio. Paguneman dina Instagram Rely Studio dipidangkeun ngaliwatan kolom koméntar sareng pesen langsung, pengikut tiasa langsung komunikasi sareng Rely Studio. Komunitas ngécéskeun yén Rely Studio ngawangun komunitasna ku cara anu cukup fokus ku nyiptakeun jalma-jalma anu gaduh minat anu sami ngeunaan pernikahan sareng fotografi. Sambungan ku Rely Studio nyiptakeun hubungan sosial anu saé antara Rely Studio sareng konsumen, ngalangkungan sambungan ieu bakal nyiptakeun émosi anu positif.

Konci: Pemasaran Media Sosial, Instagram, Rely Studio.