

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Cordey Leather di Kota Jambi (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Akun Instagram @cordeyleather)” yang bertujuan untuk mengetahui manajemen pengelolaan media sosial oleh Cordey Leather di Instagram. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, pengumpulan data diperoleh dengan proses wawancara, studi kepustakaan, observasi dan dokumentasi. Teknik uji keabsahan data dianalisis dengan teknik reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teori yang digunakan adalah manajemen pengelolaan media sosial Friedersiche & Wolfgang mencakup *Define the Value Proposition, Segmentation, Targeting, Positioning, Operations and Delivery*, serta *Measurement* dan *Feedback*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa @cordeyleather dibuat untuk memasarkan produk secara luas, konsumen harus membeli produk tersebut karena memiliki kualitas dan nilai yang sesuai dengan kebutuhan. Segmentasi Cordey Leather ialah pria dan wanita berusia 22-58 tahun diseluruh wilayah Indonesia. Cordey Leather memposting konten setiap hari Jumat, Sabtu dan minggu pada pukul 09.00-16.00 menggunakan caption yang informatif dan persuasive sebagai upaya mendorong kegiatan interaksi. Cordey Leather belum memanfaatkan UGC, sehingga mereka memilih melakukan kegiatan repost story dan layanan online melalui direct message dan WhatsApp.

Saran dari peneliti yaitu @cordeyleather dapat meningkatkan pengelolaan konten postingan yang berisi tentang pesan informatif dan edukatif dengan memanfaatkan fitur instagram, melakukan inovasi agar masyarakat kota jambi lebih memperhatikan produk Cordey Leather, bekerjasama dengan selebgram dan tiktokers, serta konsisten membuat konten dengan memepekerjaan admin media sosial melalui konten yang bermanfaat sebagai upaya mendorong interaksi untuk menjaga hubungan dengan konsumen dan meningkatkan kesadaran khalayak.

Kata Kunci: Aksesoris, Instagram, Media Sosial, Promosi

ABSTRACT

This study, "Instagram Social Media as a Promotional Media for Cordey Leather in Jambi City (Qualitative Descriptive Study of Instagram Accounts @cordeyleather)," seeks to understand how Cordey Leather manages its social media presence on Instagram. This study makes use of qualitative descriptive research methods, interview-based data gathering, literature review, observation, and documentation. Data reduction strategies, data presentation, and conclusion-drawing are used to examine data validity test methodologies. According to the idea, the Friedersiche & Wolfgang social media management process entails defining the value proposition, segmenting, targeting, positioning, carrying it out, measuring its effectiveness, and providing feedback.

The findings demonstrated that @cordeyleather produced a product that people must purchase because it offers the quality and value that meet their demands. Men and women in Indonesia between the ages of 22 and 58 make up the Cordey Leather division. Every Friday, Saturday, and Sunday between 9:00 a.m.—16:00 p.m., Cordey Leather publishes articles with the intention of fostering engagement. Since Cordey Leather hasn't yet used user-generated content, they decided to provide online services using WhatsApp and direct message.

The researcher suggests that @cordeyleather can enhance the management of post content with educational and informative messages by utilizing the Instagram feature, innovate so that residents of Jambi city pay more attention to Cordey Leather products, work with celebrities and tiktokers, and consistently create content by hiring social media admins through helpful content in an effort to foster interaction and maintain relationships with customers.

Keywords: *Accessories, Instagram, Social Media, Promotion*

RINGKESAN

Ieu panalungtikan dijudulan “Média Sosial Instagram salaku Média Promosi Kulit Cordey di Kota Jambi (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @cordeyleather)” anu miboga tujuan pikeun nangtukeun manajemen média sosial ku Cordey Leather dina Instagram. Ieu panalungtikan ngagunakeun panalungtikan kualitatif, ngumpulkeun data nya éta ngaliwatan wawancara, studi pustaka, observasi jeung dokuméntasi. Téhnik uji validitas data dianalisis ngagunakeun téhnik réduksi data, penyajian data jeung kacindekan. Téori anu digunakeun nyaéta ngokolakeun média sosial Friedersiche & Wolfgang diantaranya Define the Value Proposition, Segmentation, Targeting, Positioning, Operations and Delivery, ogé Measurement and Feedback.

Hasil panalungtikan nunjukkeun yen @cordeyleather dijieun pikeun memasarkeun produk sacara luas, konsumen kudu meuli produk ieu alatan kualitas sarta nilai luyu jeung kaperluan maranéhanana. Segméntasi Kulit Cordey nyaéta lalaki jeung awéwé umur 22-58 taun di sakuliah Indonésia. Cordey Kulit posting eusi unggal Jumaah, Saptu jeung Minggu di 09.00-16.00 ngagunakeun captions informatif jeung persuasif salaku usaha pikeun ajak interaksi. Cordey Leather teu acan nganggo UGC, janten aranjeunna milih ngalakukeun kagiatan repost carita sareng jasa online ngalangkungan pijat langsung sareng WhatsApp.

Saran ti para panalungtik, nya éta @cordeyleather bisa ngaronjatkeun manajemen eusi postingan anu eusina pesen-pesen informatif jeung edukasi ku cara ngamangpaatkeun fitur Instagram, berinovasi sangkan masarakat di Kota Jambi leuwih merhatikeun produk-produk Cordey Leather, gawé bareng jeung celebgram jeung tiktokers, sarta konsistén nyieun. eusi ku employing admins média sosial ngaliwatan eusi mangpaat salaku usaha ajak interaksi pikeun ngajaga hubungan jeung konsumén jeung ngaronjatkeun kasadaran masarakat.

Kecap Konci: *Asesoris, Instagram, Média Sosial, Promosi*