

Pemasaran Media Sosial Berdasarkan Model AISAS: Studi Kasus pada Akun @shopatvelvet di Instagram = Social Media Marketing Based on the AISAS Model: A Case Study of @shopatvelvet Account on Instagram

Najlala Lathifah Wistiandono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20528916&lokasi=lokal>

Abstrak

Instagram as a global social media is now popularly used as a marketing tool by businesses of any size. The AISAS model that has been widely adopted by researchers can be used to formulate marketing strategies, especially in the context of digital marketing such as social media. This paper investigates how Instagram is used as a marketing tool and how the strategy implemented is seen based on the AISAS model through a case

study of the Instagram account @shopatvelvet, one of the top ten Indonesian clothing brands that use Instagram

as a marketing tool. The method used in this paper is a qualitative approach with content analysis and observations on the @shopatvelvet Instagram account. the main findings center on the Instagram features used

and the type of content chosen to generate social media marketing effectiveness based on the AISAS model. With that, this effort shows how the Instagram account @shopatvelvet managed to become the top ten Indonesian clothing brands by utilizing Instagram features and choosing the right type of content.

.....Instagram sebagai media sosial global kini populer digunakan sebagai alat pemasaran oleh bisnis dalam berbagai ukuran. Model AISAS yang telah banyak diadopsi oleh para peneliti dapat digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran terutama dalam konteks pemasaran digital seperti media sosial. Penelitian ini

menyelidiki bagaimana Instagram digunakan sebagai alat pemasaran dan bagaimana strategi yang diterapkan

dilihat berdasarkan model AISAS melalui studi kasus akun Instagram @shopatvelvet, salah satu dari sepuluh

besar merek pakaian Indonesia yang menggunakan Instagram sebagai alat pemasarannya. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah pendekatan kualitatif dengan analisis konten dan observasi pada akun Instagram @shopatvelvet. Temuan utama berpusat pada fitur-fitur Instagram yang digunakan dan jenis konten

yang dipilih untuk menghasilkan keefektifan pemasaran sosial media berdasarkan model AISAS. Dengan itu,

upaya ini menunjukkan bagaimana akun Instagram @shopatvelvet berhasil menjadi sepuluh besar merek pakaian Indonesia dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram dan memilih jenis konten yang tepat.