

INTISARI

Pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Media sosial semakin marak digunakan sebagai media komunikasi pemasaran digital salah satunya Instagram. Media sosial Instagram digunakan sebagai media pemasaran digital karena jangkauannya luas. Akkar Juice Bar sebagai produsen *cold pressed juice*, smoothies, salad dan susu almond menggunakan Instagram sebagai media promosi dengan membagikan postingan konten melalui fitur *post*, *reels*, dan *Instagram stories*. Sejak awal berdirinya usaha ini, Akkar Juice Bar memanfaatkan *social media* Instagram untuk mengenalkan produknya serta sebagai sarana untuk menjangkau dan berkomunikasi dengan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur efektivitas Instagram sebagai media promosi Akkar Juice Bar dengan metode CRI AISAS dan memberikan rekomendasi promosi berdasarkan hasil analisis efektivitas Instagram Akkar Juice Bar. Efektivitas Instagram sebagai media pemasaran diukur menggunakan perhitungan CRI (*Customer Response Index*) dengan modifikasi model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Metode pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling. Pada penelitian ini diperoleh 104 responden.

Hasil pengukuran efektivitas Instagram dengan metode CRI AISAS menunjukkan bahwa nilai CRI mulai dari urutan tertinggi yaitu CRI AIS sebesar 77,17%, CRI AISS sebesar 72,72%, CRI AIAS sebesar 60,85%, dan CRI AISAS sebesar 57,34%. Secara keseluruhan dari nilai 4 model CRI yang didapatkan memiliki hasil yang efektif. Rekomendasi yang dapat dilakukan untuk memaksimalkan promosi yaitu dengan iklan melalui Instagram *Ads*, melakukan *campaign* dan *challenge* yang melibatkan konsumen, memberikan *reward* kepada konsumen yang *share*, menampilkan postingan testimoni konsumen, dan meningkatkan intensitas postingan.

Kata kunci: AISAS, efektivitas, instagram.

ABSTRACT

Internet users in Indonesia have increased from year to year. Social media is increasingly being used as a digital marketing communication medium, one of which is Instagram. Social media Instagram is used as a digital marketing medium because of its broad reach. Akkar Juice Bar produces cold pressed juice, smoothies, salads and almond milk, which uses Instagram as a promotion medium by sharing content posts through the post, reels, and Instagram stories features. Since the inception of this business, Akkar Juice Bar has used social media Instagram to introduce its products and as a means to reach and communicate with customers.

This study aims to measure the effectiveness of Instagram as a promotional medium for Akkar Juice Bar using the CRI AISAS method and provide promotion recommendations based on the results of an analysis of the effectiveness of Instagram Akkar Juice Bar. The effectiveness of Instagram as a marketing medium is measured using a CRI (Customer Response Index) calculation with a modified AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share). The sampling method was carried out by purposive sampling technique. This study obtained 104 respondents.

The results of the analysis of Instagram's effectiveness with the CRI AISAS method showed that CRI values started from the highest order, namely CRI AIS of 77.17%, CRI AISS of 72.72%, CRI AIAS of 60.85%, and CRI AISAS of 57.34%. Overall, the 4 CRI model values obtained have effective results. Recommendations to maximize promotions are by advertising through Instagram Ads, conducting campaigns and competitions that involve consumers, giving reward to consumers who share, displaying consumer testimonial posts, and increasing the intensity of posts.

Keywords: AISAS, effectiveness, instagram.