

INTISARI

Penelitian yang berjudul "*Paid promote Instagram* Ditinjau dari Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Sonny Keraf", dilatarbelakangi oleh kekurangan dari pelaksanaan promosi *online* yang berpotensi dapat merugikan pebisnis dan pengguna *Instagram*. Sehubungan dengan permasalahan tersebut, diperlukan adanya tinjauan etis terhadap *paid promote Instagram*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis *paid promote Instagram* dengan prinsip-prinsip etika bisnis Sonny Keraf dan refleksi kritis dari analisis yang dihasilkan.

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka yang diperkuat dengan sumber lapangan. Jalannya penelitian melalui beberapa tahap yang meliputi inventarisasi, klasifikasi, analisis dan penyusunan hasil. Penelitian ini menggunakan beberapa unsur metodis yang terdiri dari deskripsi, interpretasi dan refleksi kritis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, *paid promote Instagram* merupakan metode promosi yang mudah dan dapat digunakan baik oleh usaha kecil maupun besar, selain kemudahannya, *paid promote Instagram* juga memberikan keuntungan yang meliputi jangkauan promosi yang luas, target promosi yang tepat dan meningkatkan *brand awareness*. Kedua, penyedia jasa sebagai pelaku utama dalam praktik *paid promote Instagram* dapat memenuhi hak dan kepentingan para pihak yang terlibat dengan menghayati, menjiwai dan menerapkan prinsip-prinsip etis secara maksimal dalam kegiatan bisnisnya. Ketiga, *paid promote Instagram* sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Sonny Keraf, namun dalam pelaksanaannya terdapat dua prinsip yang kurang diterapkan secara maksimal yaitu prinsip otonomi dan prinsip saling menguntungkan. Prinsip otonomi kurang dimaksimalkan jika penyedia layanan *paid promote Instagram* tidak memiliki kesadaran untuk menjalankan bisnisnya secara etis dan bertanggung jawab, seperti mempromosikan barang atau jasa yang bertentangan dengan nilai-nilai yang ada di masyarakat. Pada prinsip saling menguntungkan, tidak sedikit penyedia jasa yang hanya mengejar keuntungan dengan mempromosikan produk tanpa melakukan riset terhadap produk yang dipromosikan, selain itu, penyedia jasa juga tidak memberikan jaminan kepada *follower* jika terjadi hal yang merugikan seperti penipuan.

Kata Kunci: *Paid promote Instagram*, etika bisnis, Sonny Keraf

ABSTRACT

Study with the title “Paid Promote Instagram Viewed from Sonny Keraf’s Principles of Business Ethics,” is motivated by flaws in the implementation of online promotions that have the potential to harm businesses and Instagram users. In light of these issues, an ethical review of paid Instagram promotions is required. The objective of this study was to describe and analyze Instagram paid promotions in light of Sonny Keraf’s business ethics principles, as well as to provide critical reflection on the analysis findings.

This study applied a literature review method that was supplemented with field data. The research process was divided into several stages, including inventory, classification, analysis, and data preparation. This research applied a number of methodological elements, including description, interpretation, and critical reflection.

The results showed that firstly, Instagram paid promote is easy and usable. Instagram paid promote is a simple promotion method that can be used by both small and large businesses. In addition to its convenience, Instagram paid promote offers several benefits, including a broad promotional range, the right promotional target, and increased brand awareness. Second, service providers, as the primary actors in the practice of paid promotion on Instagram, can protect the rights and interests of all parties involved by living, animating, and applying ethical principles to the fullest extent possible in their business activities. Third, while paid Instagram promotion adheres to Sonny Keraf’s business ethics principles, two of these principles, autonomy and mutual benefit, are not fully implemented. The principle of autonomy is less fully realized if Instagram paid promote service providers lack the awareness to run their businesses ethically and responsibly, such as promoting goods or services that contradict societal values. In accordance with the principle of mutual benefit, many service providers only seek profits by promoting products without conducting research on the products being promoted; additionally, service providers do not provide guarantees to followers in the event of something negative, such as fraud.

Keywords: *Instagram paid promote, business ethics, Sonny Keraf*