



INTISARI

Penelitian ini dibuat dengan penelitian kualitatif deskriptif yang dilakukan di Ngangkring Apparel di Kantor yang beralamat di Perumahan Pesona Kuantan Tegalrejo No. A4, RT.12, RW.001. Pengambilan data untuk melengkapi penelitian ini menggunakan *Focus Grup Discussion* (FGD) dengan memberikan pertanyaan kepada narasumber yang terdiri atas pihak dari Ngangkring Apparel 4 (empat) responden serta penulis juga menyertakan narasumber dari pihak *ekstern* untuk mengikuti *Focus Grup Discussion* tersebut sebagai pengguna Instagram sebanyak 2 (dua) responden. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. *Focus Grup Discussion* yang dilakukan menggunakan teori pustaka berupa beberapa jurnal dalam negeri maupun internasional. *Focus Grup Discussion* yang dilakukan berdasarkan 5 dimensi menurut salah satu jurnal, dimensi tersebut yaitu *Social Communities, Interaction, Sharing of Content, Accesibility, dan Credibility*. Pertanyaan *Focus Grup Discussion* diajukan kepada pihak Manajemen Ngangkring Apparel dan 2 responden dari pengguna Instagram. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Instagram berhasil memberikan *brand awareness* kepada pengikutnya dan pengguna Instagram.

Kata Kunci: *Sosial Media Marketing, Social Communities, Interaction, Sharing of Content, Accesibility, Credibility, Instagram, Focus Grup Discussion.*



ABSTRACT

This research was made with a descriptive qualitative study conducted at Ngangkring Apparel in an Office located in Pesona Kuantan Tegalrejo Housing No. A4, RT.12, RW.001. Retrieval of data to complete this study using Focus Group Discussion (FGD) by giving questions to resource persons consisting of parties from Ngangkring Apparel 4 (four) respondents and the authors also included speakers from external parties to take part in the Focus Group Discussion as 2 Instagram users (Instagram users) two) respondents. The data used are primary data and secondary data. Focus Group Discussion is carried out using library theory in the form of several domestic and international journals. Focus Group Discussion is based on 5 dimensions according to one journal, these dimensions are Social Communities, Interaction, Sharing of Content, Accessibility, and Credibility. The Focus Group Discussion question was submitted to the Ngangkring Apparel Management and 2 respondents from Instagram users. The results of this study stated that Instagram succeeded in providing brand awareness to followers and Instagram users.

Keywords: Social Media Marketing, Social Communities, Interaction, Sharing of Content, Accessibility, Credibility, Instagram, Focus Group Discussion



Pemanfaatan Sosial Media Instagram Pada Ngangkring Apparel
NINDYA KRISANTI S, Fitri Damayanti Berutu, S.E., S.S., M.Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

UNIVERSITAS
GADJAH MADA