

INTISARI

Media sosial saat ini banyak digunakan oleh pelaku bisnis sebagai sarana melakukan promosi. Ramayana Ballet Prambanan menggunakan media sosial khususnya Instagram sebagai sarana dalam mempromosikan produk. Penelitian ini bertujuan memberikan gambaran mengenai pemanfaatan Instagram sebagai media promosi dan mengetahui kendala dalam pemanfaatan Instagram sebagai media promosi Ramayana Ballet Prambanan. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dokumentasi, observasi partisipan, wawancara semi-terstruktur dan studi kepustakaan. Jenis data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh melalui hasil observasi partisipatif dan wawancara, serta data sekunder yang diperoleh dari akun Instagram @ramayanaprambanan, jurnal, buku dan data internal Ramayana Ballet Prambanan. Hasil dari penelitian ini yaitu 1) Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi telah digunakan oleh Ramayana Ballet Prambanan dengan bauran promosi dan diimplementasikan dalam bentuk periklanan, promosi penjualan, public relations dan personal selling, 2) Ramayana Ballet Prambanan melakukan promosi melalui Instagram untuk mengenalkan produk dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, 3) mengetahui kendala yang terjadi dalam pemanfaatan Instagram sebagai media promosi seperti konten yang harus selalu update, transaksi yang tidak praktis di Instagram dan persaingan yang ketat dengan para kompetitor.

Kata Kunci : Instagram, Media Promosi, Ramayana Ballet Prambanan.

ABSTRACT

Social media is currently widely used by businesses as a means of promoting. Ramayana Ballet Prambanan uses social media, especially Instagram as a means of promoting products. This research aims to give an overview of the use of Instagram as a promotional media and to know the constraints in the use of Instagram as a promotional media of Ramayana Ballet Prambanan. The type of research used is qualitative. Data collection techniques used are documentation, participant observation, semi-structure interviews and literature studies. The types of data used are primary data obtained through participatory observations and interviews, as well as secondary data obtained from @ramayanaprambanan Instagram accounts, journals, books and internal data of Ramayana Ballet Prambanan. The result of this research is 1) The utilization of Instagram as a promotional media has been used by Ramayana Ballet Prambanan with a mix of promotions and implemented in the form of advertising, sales promotion, public relations and personal selling, 2) Ramayana Ballet Prambanan conducts promotions through Instagram to introduce products and increase the number of tourist visits, 3) knowing the constraints that occur in the use of Instagram as a promotional media such as content that must always be updated, impractical transactions on Instagram and intense competition with competitors.

Keywords: *Instagram, Social Media, Ramayana Ballet Prambanan*



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA MEDIA PROMOSI DI RAMAYANA
BALLET PRAMBANAN**

JOHAN ISMOYO ADI, Cerry Surya Pradana, S.S., M.Sc.

Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>