

## INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK MS GLOW

(Studi Deskriptif Akun Instagram @msglowbanyuwangi.id)

Djoko Supriatno, Universitas Islam Jember

[djoko\\_supriatno71@gmail.com](mailto:djoko_supriatno71@gmail.com)

Panji Febrino Alviansah, Universitas Islam Jember

[Panji.simdig27@gmail.com](mailto:Panji.simdig27@gmail.com)

### ABSTRAK

Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi produk skincare MS Glow. Semakin pesatnya penggunaan media sosial di masyarakat, membuat informasi semakin cepat dan mudah tersebar di kalangan masyarakat, membuat masyarakat cenderung berkomunikasi menggunakan media sosial. salah satunya media sosial instagram, instagram memiliki banyak fitur yang berguna untuk promosi pemasaran, memiliki akun bisnis, mudah dikelola. Penelitian ini bertujuan untuk menggunakan media sosial instagram sebagai media promosi produk kecantikan ms glow pada akun instagram @msglowbanyuwangi.id dan pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap keputusan membeli produk ms glow, kendala apa saja yang ada dalam penggunaan Instagram sebagai media promosi pemasaran, dan solusi apa yang dapat dilakukan dalam menggunakan Instagram sebagai media promosi pemasaran. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif dengan penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini adalah Instagram dapat digunakan sebagai media promosi produk MS Glow di Instagram @Msglowbanyuwangi.id untuk menarik pelanggan.

Kata kunci: komunikasi massa, media baru, media sosial instagram

### ABSTRACT

*Utilization of Instagram social media as a promotional medium for MS Glow skincare products. The more rapid use of social media in the community, making information more quickly and easily spread among the community, making people tend to communicate using social media. one of which is Instagram social media, Instagram has many useful features for marketing promotions, has a business account, is easy to manage. This study aims to use Instagram social media as a promotional media for MS Glow beauty products on the @Msglowbanyuwangi.id Instagram account and the effect of using Instagram social media on the decision to buy ms glow products, what obstacles are there in the use of Instagram as a marketing promotion media, and what solutions can be done in using Instagram as a marketing promotion media. The research method used a descriptive approach with qualitative research. Data were collected by observation, interviews, documentation and literature study. The results of this study are that Instagram can be used as a promotional media for an MS Glow product on Instagram @Msglowbanyuwangi.id to attract customers.*

*Keywords: mass communication, new media, social media instagram*

## I. PENDAHULUAN

Instagram dapat memberikan motivasi kepada para penggunanya dan juga dapat meningkatkan imajinasi, karena Instagram memiliki fitur-fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih *stylish* dan lebih bagus.<sup>1</sup> Mempromosikan produk kecantikan jelas memiliki efek yang besar. media sosial, mereka juga diimbau untuk mengembangkan produk kecantikan. Jadi media sosial saat ini memiliki banyak penggemar. Media sosial ini juga dapat digunakan untuk berbagi foto dan rekaman kemudian, orang-orang dapat melihat postingan tersebut. Alasan orang-orang tertentu menggunakan Instagram adalah karena datanya langsung didapat di mana saja dan kapan saja.

## II. KAJIAN PERPUSTAKAAN

### Komunikasi Massa

Menurut Bittner, komunikasi massa ini ialah merujuk pada komunikasi didalamnya bagaimana pesan-pesan ini bisa disampaikan melalui media massa pada jumlah orang yang cukup besar. Media massa ini ialah suatu media penting dalam melakukan

---

menyebarkan informasi atau pesan kepada khalayak. Media cetak koran, buku atau sebuah majalah serta media elektronik televisi dan radio dan juga media digital tersebut termasuk kedalam media massa.

### Media Baru/*New Media*

*New Media* yang biasanya disebut 'Media baru' ialah terciptanya sebuah perangkat teknologi yang sebelumnya belum diciptakan yang telah diperbarui yang nantinya bisa dengan adanya digitalisasi dan ketersediaannya tempat yang luas untuk penggunaan pribadi untuk alat komunikasi. Ressler dalam menyatakan secara umum. Media baru ini sudah ditunggu dan disambut oleh media lama dengan adanya ketertarikan yang kuat, yang membawa dampak positif, yang bisa diharapkan mendapatkan euforia yang luar biasa, serta dapat melebihi mengenai signifikansi mereka.

### Media Sosial

Media sosial adalah suatu media online, untuk para pengguna dengan mudah bergabung, berbagi, dan bisa juga menciptakan hal baru seperti membuat blog, forum, dan jejaring sosial ini merupakan sebuah bentuk media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat di dunia ini, bisa juga dikatakan media sosial adalah media

online yang mendukung interaksi sosial, media sosial ini menggunakan teknologi berbasis *web*.

### **Instagram**

Instagram berasal dari kata “insta” seperti kata polaroid pada masanya yang lebih dikenal dengan “foto instan” sedangkan kata “gram” itu sendiri berasal dari kata “telegram” yang memiliki persamaan cara kerja yaitu mengirim informasi kepada orang lain dengan sangat cepat. Instagram adalah sebuah aplikasi sosial. Media berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunaannya mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk milik Instagram sendiri.

### **Lokasi Penelitian**

Lokasi Penelitian yang dilakukan berada di Jl. Udang Windu no 32, Sebelah kosan OYO Al Firdaus, Kel.,Tukang Kayu, Banyuwangi. Penelitian dilakukan di tempat usaha sekaligus rumah pemilik akun @msglowbanyuwangi.id. pada tempat ini peneliti akan memperoleh data dan analisis data mengenai akun @msglowbanyuwangi.id secara rinci dikarenakan penelitian melakukan

wawancara secara langsung untuk data yang akan dipaparkan. Setelah melakukan *pra survey* beberapa *online shop* yang menjual produk Ms Glow, peneliti memilih lokasi tersebut dikarenakan pada akun @msglowbanyuwangi.id terdapat data untuk penelitian ini yaitu menggunakan Instagram sebagai media promosi. Waktu Penelitian

### **Subyek Penelitian**

Subyek penelitian ialah objek seseorang atau tempat maupun benda yang akan diteliti. Seseorang yang akan diteliti disebut informan karena mengetahui segala data yang akan kita butuhkan dalam melakukan penelitian. Untuk mengetahui informan yang akan digunakan dalam penelitian, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*.<sup>2</sup> menjelaskan teknik *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampel dengan karakteristik tertentu. Teknik ini biasa digunakan pada penelitian kualitatif atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi. Dalam penelitian ini ialah akun Instagram @msglowbanyuwangi.id atau lebih detailnya yaitu pemilik atau *owner* sekaligus admin dari akun @msglowbanyuwangi.id dan informan dalam penelitian ini memiliki akses terhadap media sosial, dan juga aktif dalam Instagram

<sup>2</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2018), hlm 85

dan pernah atau sering posting sebuah foto dan video.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data bisa dilakukan dalam berbagai setting, berbagai cara maupun berbagai sumber, menurut sumbernya pengumpulan data yang akan dilakukan bisa menggunakan sumber data primer dan sumber sekunder, sumber primer ialah sumber data yang akan langsung memberikan data kepada pengumpul data, adapun sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumentasi dan bisa juga lewat orang lain.<sup>3</sup> Untuk data primer didapat dari hasil wawancara mendalam dengan informan dan subjek penelitian seperti caption, story maupun komen pada akun @msglowbanyuwangi.id. Untuk data sekunder itu sendiri bisa didapat dari hasil studi pustaka, jurnal, skripsi terdahulu, artikel, buku referensi dan juga didapat melalui internet.

### **Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan peneliti adalah analisis data model Miles dan Huberman.

### **Metode Keabsahan Data**

Teknik Triangulasi menjadi metode keabsahan data oleh peneliti, triangulasi diartikan dalam memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding

terhadap data itu. Teknik ini yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Dalam hal ini jangan sampai banyak mengharapkan bahwa hasil perbandingan tersebut merupakan kesamaan pandangan, pendapat, atau pemikiran. Yang penting bisa mengetahui adanya alasan – alasan terjadinya perbedaan tersebut Patton. Teknik triangulasi jenis ketiga ini ialah dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Jadi triangulasi berarti cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan.

### **Tahap – tahap Penelitian**

Tahap penelitian merupakan salah satu kegiatan yang nantinya akan memperoleh atau mendapatkan suatu pengetahuan yang dapat memecahkan masalah yang dihadapi secara ilmiah, sistematis dan logis. Tahapan penelitian ini beberapa tahapan antara lain :

---

<sup>3</sup> Ibid hlm 137

1. Dokumentasi ialah tahapan awal untuk pengumpulan data
2. Reduksi data merupakan proses pemilihan data
3. Display data ialah kegiatan merangkum dan memilih hal-hal yang pokok
4. Analisis data ialah analisis yang menggunakan semiotika
5. Finalisasi yaitu memaparkan hasil dan penelitian

### **III. PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA**

#### **Gambaran Umum**

#### **Profil Akun @msglowbanyuwangi.id**

- a. Profil dan sejarah berdirinya @msglowbanyuwangi.id

Devi Wahyuni, yang berprofesi sebagai Ibu rumah tangga sekaligus pemilik dari akun instagram @msglowbanyuwangi.id adalah perintis bisnis kecantikan yang berada di Jl. Mawar Desa Gumuksari Kec. Kalisat yang sudah berjalan lebih dari 4 tahun. Usaha ini bukan yang pertama kali ia rintis, Devi pernah membantu orang tuanya yang membuka tempat usaha *laundry*, kemudian

memulai bisnisnya sendiri pada tahun 2017 sejak berada di bangku kuliah berjualan baju-baju bekas, kemudian pada tahun 2018 memutuskan untuk menikah, pada tahun yang sama Devi Wahyuni mencoba untuk menjual produk kecantikan di rumah orang tuanya. Setelah berjalan kurang lebih 2 tahun bisnis kecantikannya mengalami perkembangan yang cukup pesat, kemudian pada tahun 2020 memutuskan menetap di rumah suaminya dan membuka *Home Store* yang berada di Jl. Udang windu no.32, Tukang kayu, Banyuwangi.

#### **Penyajian Data**

Penyajian data yang peneliti lakukan tentang pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi Ms glow adalah sebagai berikut :

Untuk mendeskripsikan tentang pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi kecantikan Ms glow dengan studi deskriptif pada akun @Msglowbanyuwangi.id, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi secara terus terang, wawancara dengan terstruktur terhadap para informan pengikut akun @msglowbanyuwangi.id dan dokumentasi

dengan melihat postingan yang ada pada akun @msglowbanyuwangi.id

### **Analisis data**

Instagram saat ini menjadi media yang sering digunakan dan paling banyak diminati oleh masyarakat, terlebih untuk usaha produk kecantikan tidak terkecuali @msglowbanyuwangi. Devi Wahyuni mulai mencoba mempromosikan produk kecantikannya melalui instagram kurang lebih 2 tahun semenjak gabung jadi reseller Ms glow, sebelumnya hanya menggunakan whatsapp saja.

Setelah kurang adanya perkembangan Devi Wahyuni mencoba menggunakan instagram sebagai media promosi produknya dikarenakan saat ini media sosial yang paling populer adalah instagram, apalagi penggunaan aplikasi instagram rata-rata anak muda.

Dipilihnya instagram sebagai media promosi Devi Wahyuni memikirkan strategi apa yang cocok dan tepat untuk mempromosikan produknya secara cepat, efektif dan efisien.

Peneliti Mengenai pemanfaatan media sosial Instagram untuk memajukan produk kecantikan Ms glow, terbantu melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selanjutnya adalah klarifikasi pemanfaatan

media sosial Instagram untuk kemajuan akun @msglowbanyuwangi.id yang disampaikan melalui pemilik akun @msglowbanyuwangi.id. beberapa informasi yang kurang lengkap dalam wawancara tersebut, ditambah dengan konsekuensi dari persepsi yang dibuat oleh para peneliti. Setiap konsekuensi dari penelitian ini digambarkan dalam pandangan pusat eksplorasi sebagai berikut:

### **1. Peran akun @msglowbanyuwangi.id untuk dapat menarik konsumen untuk membeli produk Ms glow**

Pada penelitian ini peneliti melakukan teknik wawancara dan dokumentasi untuk mendapatkan beberapa data yang sesuai dengan fokus penelitian. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola selakaligus pemilik akun @msglowbanyuwangi.id oleh Devi Wahyuni mengenai awal mulai pembuatan @msglowbanyuwangi.id

“awal mulai saya menggunakan instagram itu sekitar tahun 2018 di bulan september, saya menggunakan instagram untuk hanya untuk mempromosikan baju bekas, Setelah menggunakan instagram untuk berjualan baju bekas peminatnya begitu antusias dan saya ini berjualan masih di rumah ibu saya di Gumuksari kalisat, kemudian saya ingin

mencoba menjual skincare awalnya saya hanya menjual produk WSC saja”<sup>4</sup>

“kemudian penjualan *skincare* begitu laris jadinya saya menyetok lumayan banyak dan waktu itu saya terlalu fokus berjualan *skincare* dan baju bekas yang saya jual tidak diperhatikan, jadinya saya menambah produk skincare lainnya seperti Ms glow, Scarlett dan lainnya”<sup>5</sup>

Akun @msglowbanyuwangi.id yang peneliti dapatkan dari profilnya yaitu berisi postingan tentang promosi produk kecantikan Ms glow, foto tentang bagaimana cara penggunaannya kemudian pilihan produk, ciri-ciri produk yang mana yang bagus untuk dipakai oleh konsumen dan juga ada video tentang stok yang masih tersedia, keaslian produk Ms Glow karena saat ini memang Ms glow menjadi produk kecantikan yang banyak dicari dan juga diminati tentu @msglowbanyuwangi rajin menguploadnya untuk jadwal memposting biasanya 1 hari 1 kali atau bisa 2 sampai 3 kali dalam 1 waktu. Untuk bio yang ada di profil yaitu “*OPEN RESELLER RESMI, TIDAK MENJUAL BARANG KW, PRODUK LENGKAP, BANYAK BONUS CEK STORY, No Whatsapp dan lokasi Home store*” dari bio tersebut kita bisa tau instagram tersebut

---

<sup>4</sup> Hasil wawancara dengan owner @msglowbanyuwangi.id. pada tanggal 13 juli 2022 jam 13.53

<sup>5</sup> Hasil wawancara dengan owner @msglowbanyuwangi.id. pada tanggal 13 juli 2022 jam 13.55

masih aktif, ada nomor yang bisa dihubungi dan juga ada alamat yang bisa langsung di kunjungi, peneliti memperhatikan tentang postingan yang sudah ada yang begitu banyak lalu pengelola akun menjawab.

“iya mas saya rutin untuk memposting hampir setiap hari, menguploadnya biasanya untuk setiap harinya saya memposting 1 kali kalau saya gabut bisa 2 sampai 3 kali setiap harinya, kadang juga bingung untuk mau posting apa jadinya tidak memposting sampai 3 hari”<sup>6</sup>

biasanya setiap memposting yang dilakukan @msglowbanyuwangi ialah memfokuskan tentang isi didalamnya, seperti memberikan caption atau kata – kata yang menarik untuk pelanggan biasanya juga ditambahkan tagar # *hashtag* untuk menjangkau lebih banyak pengunjung di instagramnya, dan peneliti ingin mengetahui apa saja yang di perhatikan jika ingin memposting di instagram

“ untuk memposting di instagram biasanya saya memfokuskan ke caption mas biar pengunjung tertarik dengan kata-katanya contohnya caption yang mengajak untuk membeli produknya, kemudian saya memberikan hastag yang berhubungan dengan yang posting mas, itu juga penting dilakukan mas agar promosi atau postingan

---

<sup>6</sup> Hasil wawancara dengan owner @msglowbanyuwangi.id. pada tanggal 13 juli 2022 jam 13.58

yang saya buat bisa menjangkau lebih luas lagi”<sup>7</sup>

Untuk itu biasanya kita harus mengetahui bagaimana caranya untuk menjalankan promosi di instagram dengan tujuan untuk menarik pengunjung yang sangat banyak, kalau sudah memiliki pengunjung yang begitu banyak tentu akan ada pelanggan ataupun konsumen yang akan berdatangan untuk membeli produk skincare tersebut untuk itu peneliti ingin mengetahuinya bagaimana cara mempromosikan produknya, pengelola akun menjawabnya

“ biasanya saya membuat konten mas, dan gak lupa juga setiap hari membuat instastory supaya orang tau kalau instagram ini selalu aktif, sesekali saya menggunakan endorse selebgram untuk menarik konsumen, kadang mengadakan giveaway, memberikan bonus (masker, free box, silverqueen, indomie) dengan minimal pembelian, saya juga kadang memberikan diskon atau potongan harga, kalau pembelian paket ada potongan ongkir. Untuk kekurangan saya masih belum bisa menggunakan instagram ads, dulu saya belajar dan sampai sekarang masih belum sempat untuk mencoba fitur baru instagram tersebut”<sup>8</sup>

Tentu masih banyak aplikasi diluar sana yang bisa digunakan untuk memasarkan produk seperti facebook, Peneliti ingin

---

<sup>7</sup> Hasil wawancara dengan owner @msglowbanyuwangi.id. pada tanggal 13 juli 2022 jam 14.00

<sup>8</sup> Hasil wawancara dengan owner @msglowbanyuwangi.id. pada tanggal 13 juli 2022 jam 14.02

mengetahui kenapa harus instagram yang dipilih kemudian seberapa pengaruhnya jika kita mempromosikan produk terhadap penjualan melewati aplikasi instagram tersebut lantas pengelola akun menjawab

“ sampai saat ini instagram sangat pengaruh terhadap penjualan saya mas, semua konsumen atau pelanggan rata – rata mengetahui produk yang saya jual melewati instagram kemudian di lanjut ke aplikasi whatsapp, sedangkan untuk aplikasi facebook sendiri baru aktif menggunakannya, itupun saya baru belajar berjualan di facebook mas”<sup>9</sup>

Ketika sudah melakukan promosi di instagram tentu saja banyak *followers* atau konsumen yang ingin membeli pastinya konsumen ingin menanyakan lebih dalam tentang produk yang ditawarkan @msglowbanyuwangi.id

“ ya pasti ada, yang menanyakan tentang produknya mas melalui DM (*Direct Message*) entah itu konsultasi masalah kulit wajah, ada juga yang menanyakan tentang paket apa yang seharusnya cocok untuk di beli, karena untuk produk Ms glow sendiri memiliki 4 macam produk untuk kulit wajah yang berbeda ada yang untuk berjerawat, untuk menghilangkan flek hitam, kulit normal dan untuk menyamarkan noda bekas jerawat. Dan ada juga konsumen yang

---

<sup>9</sup> Hasil wawancara dengan owner @msglowbanyuwangi.id. pada tanggal 13 juli 2022 jam 14.05

langsung melakukan pembelian melalui DM”<sup>10</sup>

Mengingat efek dari pertemuan tersebut, sangat masuk akal jika Instagram mengambil peran penting selama waktu yang dihabiskan untuk mempromosikan produk perawatan kulit Ms glow. Akun @msglowbanyuwangi adalah komunikator untuk menyampaikan pesan sebagai informasi sebuah produk. Sorotan menarik dari Instagram membuat banyak individu menggunakan Instagram dalam memberikan informasi. Pengelola akun akan melakukan berbagai cara untuk bisa menarik konsumen dengan cara memposting setiap hari, mengadakan giveaway, memberikan bonus setiap pembelian . dengan melakukan promosi seperti itu @msglowbanyuwangi bisa bersaing memasarkan produk MS glow.

Produk yang di posting tentang Manfaat produk Ms Glow di akun

@msglowbanyuwangi.id mendapatkan 54 suka dan memiliki 41 komentar yang isi dari komentar tersebut ada yang

“recomended pakai produk ini” dan ada “saran untuk membeli produk ini”.

## **2. Tanggapan *followers* dan konsumen terhadap promosi produk kecantikan**

<sup>10</sup> Hasil wawancara dengan owner @msglowbanyuwangi.id. pada tanggal 13 juli 2022 jam 14.10

### **Ms glow yang dilakukan oleh akun @msglowbanyuwangi.id**

Pada penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara dan dokumentasi untuk bisa mendapatkan sebuah informasi mengenai tanggapan promosi produk kecantikan Ms glow pada akun @msglowbanyuwangi kepada pengikut ataupun pelanggan yang sudah membeli produk dari @msglowbanyuwangi. Disini peneliti memberikan pertanyaan kepada informan.

Wawancara dari pengikut @msglowbanyuwangi.id Safira Eka dengan akun instagram @ikasafra07 mengenai promosi produk kecantikan Ms glow oleh akun @msglowbanyuwangi.id

“aku pertama kenal @msglowbnyuwangi.id karena aku udah sering belanja disana dan memang udah langsung beli ke sellernya juga aman terpercaya dan pastinya bukan palsu.dan sering juga ngadai giveaway juga dan malah dapet bonus mini gold emas dari sana udah banyak banget yang pakek produk msglow dan Cuma @msglowbanyuwangi.id yang selalu ku percaya karena asli aman banget dan tidak tipu”<sup>11</sup>

Hasil wawancara berikutnya dengan Fajrin dengan akun instagram @fajrinaaa\_ mengenai tanggapan terhadap promosi produk Ms glow di instagram

<sup>11</sup> Hasil wawancara virtual dengan pengikut akun @msglowbanyuwangi.id pada tanggal 24 juli 2022 jam 14.43

@msglowbanyuwangi.id yang sudah dilakukan

“mengenal akun @msglowbanyuwangi.id berawal dari sepupu, iya cara pemasarannya cukup menarik, tertarik untuk mengikutinya, tidak, tidak pernah berkomentar atas postingan, cepat respon baik, tidak saya sering berbelanja melalui shoppe, banyak diskon, respon sangat baik terhadap pelanggan”<sup>12</sup>

elaaaaa\_65 mengenai tanggapan terhadap promosi produk kecantikan Ms glow di instagram @msglowbanyuwangi.id

“akun jual beli online yang menjual skincare merk ms glow, menarik, tertarik, belum, sangat menarik dan sopan, tidak, belum ada daya tarik”

@eevvaannsss mengenai tanggapan terhadap promosi produk kecantikan Ms glow di instagram @msglowbanyuwangi.id

“waalaikumsalam, boleh, mencari tahu seller resmi ms glow daerah banyuwangi dari website Ms glow pusat, setelah itu kenal lah dgn akun @msglowbanyuwangi.id, menarik, sangat tertarik, pernah excellent service, admin ramah, jarang, diskon/promo/giveaway”<sup>13</sup>

@Ayuni\_yuli mengenai tanggapan terhadap promosi produk kecantikan Ms glow di instagram @msglowbanyuwangi.id

“pertama kali kenal @msglowbanyuwangi.id waktu itu lagi cari seller ms glow yang terpercaya, postingan juga sangat menarik apalagi ada giveaway, pernah ikut 1 kali giveawanya tapi belum dapat, gak pernah komen sih lebih sering langsung dm. Pelayannya juga ramah, selain giveaway ada bonus setiap pembeliannya jadi tambah senang belanja”<sup>14</sup>

@madured mengenai tanggapan terhadap promosi produk di instagram @msglowbanyuwangi.id

“saya mengenal msglowbanyuwangi.id dari selebgram yg mengendrosenya, postingan yang di post juga menarik, sering mengadakan giveaway, jadi menarik sekali untuk diikuti pastinya, pelayannya baik respon cepat, dan di @msglobanyuwangi.id postingannya selalu dipercaya, ada bukti2 TF dan resti juga di sorotan yang dikirim customer kalau di @msglowbanyuwangi.id barangnya pasti real, dan barang selalu sampai tujuan dengan baik”<sup>15</sup>

Peneliti melakukan wawancara kepada 25 pengikut dan konsumen akun @msglowbanyuwangi.id. dari 25 orang hanya 14 yang merespon, beberapa informan ada menjawabnya sama.

Hasil wawancara ini yang di peroleh dari beberapa pengikut @msglowbanyuwangi.id mengenai tanggapan terhadap promosi produk kecantikan Ms glow yang dilakukan

<sup>12</sup> Hasil wawancara virtual dengan pengikut akun @msglowbanyuwangi.id pada tanggal 24 juli 2022 jam 14.45

<sup>13</sup> Hasil wawancara virtual dengan pengikut akun @msglowbanyuwangi.id pada tanggal 24 juli 2022 jam 14.50

<sup>14</sup> Hasil wawancara virtual dengan pengikut akun @msglowbanyuwangi.id pada tanggal 24 juli 2022 jam 14.55

<sup>15</sup> Hasil wawancara virtual dengan pengikut akun @msglowbanyuwangi.id pada tanggal 25 juli 2022 jam 15.00

oleh Devi Wahyuni di instagram @msglowbanyuwangi.id.

Dapat disimpulkan yang mengenal akun @msglowbanyuwangi banyak dari informan awalnya sekedar mencari produk kecantikan Ms glow dan menemukan seller resmi @msglowbanyuwangi.id ada juga mengetahui dari hasil *endorse*, untuk postingan yang sudah diunggah memiliki daya tarik tersendiri kepada pengunjung karena postingannya yang rapi dan teratur, kemudian yang menjadi nilai plusnya pemilik akun @msglowbanyuwangi.id Devi wahyuni memiliki pujian terhadap kinerja yang dilakukan untuk merespon dengan baik, selalu menanggapi keluhan dan tetap bersikap ramah kepada konsumennya walaupun hanya sekedar menanyakan produk kecantikannya.

Berdasarkan hasil analisis dokumentasi oleh peneliti akun @msglowbanyuwangi.id yang mempunyai lebih dari tiga ribu pengikut dimana setiap postingan menggunkan jasa *endorse* dapat memperluas promosi dan tentang giveaway respon yang didapatkan sangat positif mengundang banyak pengikut untuk mengikuti giveaway yang diadakan semua informan kompak untuk menjadi salah satu peserta untuk memeriahkan giveaway. Setiap postingan giveaway

memiliki *like* dan komentar yang cukup banyak.

Selanjutnya konten juga bisa mendapatkan jangkauan yang banyak dapat mencapai 500 sampai 5000 penonton, untuk promo sendiri memiliki daya tarik pembeli karena harga lebih murah dari harga normalnya menjadikan postingan promo menarik untuk ditunggu, kemudian untung postingan tentang manfaat, penjelasan dan juga testimonial memiliki respon yang sangat sedikit memang postingan ini tidak terlalu penting hanya sebagai pelengkap saja tetapi memang harus wajib di posting dalam melakukan promosi.

Selanjutnya tentang daya tarik apa yang membuat senang untuk berbelanja di akun @msglowbanyuwangi.id karena barang yang dijualnya terjamin barang ori, sudah memiliki identitas resmi yang sudah diakui oleh Ms glow dan memiliki ide untuk menambahkan sebuah bonus di setiap pembelian membuat pelanggan senang dan setiap untuk tetap menjadikan @msglowbanyuwangi.id salah satu toko favoritnya,

Pengelola akun @msglowbanyuwangi.id siap untuk melayani dengan ramah dan sopan, jika ada konsumen yang konsultasi atau sekedar menanyakan produk yang

cocok untuk digunakan @msglowbanyuwangi.id akan memberikan solusinya. Untuk komentar tidak akan ditutup, sehingga komunikasi massa tidak hanya satu arah saja karena *followers* bisa menanyakan barang yang di posting oleh @msglowbanyuwangi.id. untuk jumlah *follower* memiliki 3.460 pengikut dan sudah 698 postingan dari 2018 sampai saat ini 2022 dan akan terus bertambah.

### **Pembahasan temuan**

Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial instagram untuk tujuan memajukan produk kecantikan Ms glow dengan studi deskriptif dari akun @msglowbanyuwangi.id. Persepsi sejujurnya yang dilakukan peneliti agar lebih mudah mendapatkan informasi. Pertemuan yang terarah secara terorganisir adalah pertemuan yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan data berupa informasi dengan beberapa pertanyaan yang disusun untuk diajukan kepada narasumber. Analisis dokumentasi untuk menunjukkan konsekuensi dari hasil wawancara.

Dari hasil wawancara dan pemeriksaan dokumentasi dalam proses komunikasi telah digambarkan oleh Lasswell dalam sebuah buku komunikasi massa. Selama waktu yang

dihabiskan komunikasi massa Lasswell memiliki lima komponen, khususnya :<sup>16</sup>

1. *Who* (siapa), komunikator yang akan menyampaikan pesan dalam proses komunikasi massa. Komunikator yang ada pada akun @msglowbanyuwangi.id adalah pengelola akun yang bertugas dalam menyampaikan pesan berupa informasi tentang produk kecantikan Ms glow.
2. *Says what* (apa yang dikatakan), pernyataan ini berupa ide, informasi, gagasan maupun lainnya. Postingan berupa produk kecantikan Ms glow yang diunggah pengelola akun yang menjadi informasi yang ingin disampaikan. Informasi yang disampaikan adalah promosi produk kecantikan Ms glow melalui @msglowbanyuwangi.id
3. *In which channel* (melalui saluran apa), media komunikasi yang akan digunakan untuk memanfaatkan saluran untuk melakukan komunikasi. Media sosial mengingat komunikasi massa untuk jenis media online (*web*), media sosial yang digunakan adalah Instagram dengan nama akun @msglowbanyuwangi.id. untuk saluran yang dilakukan untuk

---

<sup>16</sup> Prof. Dr. Khomsharial Romli, M.Si *Komunikasi massa* ( Jakarta.PT. Grasindo,2016 ) hlm 8

menyampaikan sebuah informasi kecantikan melalui media sosial.

4. *To whom* (kepada siapa) komunikasi yang menjadi tujuan dalam komunikasi massa. Memanfaatkan media sosial Instagram untuk menjadi *direct* dalam menyampaikan informasi produk kecantikan Ms glow , maka komunikasi yang menjadi sasaran oleh komunikasi yaitu para pengguna media sosial instagram.
5. *With what effect* (dengan efek apa), hasil yang akan ditunjukkan dari usaha menyampaikan pesan pada akun @msglowbanyuwangi.id ialah setiap komunikasi atau pengguna media sosial instagram dapat memilih produk kecantikan Ms glow untuk dijadikan untuk merawat kulit wajah maupun tubuh.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan berdasarkan fungsi komunikasi massa menurut Dominick dari buku komunikasi massa, untuk suatu pengantar dari fungsi penafsiran, fungsi penyebaran nilai-nilai, fungsi pertalian, fungsi hiburan<sup>17</sup>

1. Fungsi pengawasan, fungsi pengawasan ini menerima informasi yang bertujuan penting untuk hal-hal yang bermanfaat

untuk menyampaikan dan juga menyebarkan informasi yang berguna bisa juga memberikan informasi yang baik untuk khalayak dalam menjalani kehidupan kedepannya. Dalam hal ini akun @msglowbanyuwangi.id berfungsi sebagai informasi yang memiliki kegunaan untuk mempromosikan produk kecantikan dengan tujuan untuk bisa merawat atau memperbaiki kulit wajah.

2. Fungsi penafsiran, tujuan ini membuat media memiliki potensi untuk bisa mengarahkan, mengalihkan dan juga membentuk penilaiannya khalayak untuk memperluas wawasan, dalam fungsi ini akun @msglowbanyuwangi.id dalam tujuan promosi produk kecantikan ini untuk khalayak dapat memperluas wawasannya dalam hal perawatan tubuh dan kecantikan diri, karena bisa mempercantik kulit wajah dan tubuh, karena masih banyak orang yang mengabaikan kulit wajahnya terutama wanita yang memang ingin berpenampilan cantik.
3. Fungsi keterkaitan, fungsinya memberikan interpretasi dan informasi dapat menyatukan satu golongan sosial dengan golongan sosial lainnya atau pemikiran dengan pemikiran lainnya. Untuk itu Akun

<sup>17</sup> Abdul Halik, *Komunikasi Massa*, ( Makassar: Alaudin Universty Press, 2013 ) hlm 59

@msglowbanyuwangi.id berfungsi untuk memberikan informasi melewati media sosial untuk menjangkau konsumen yang mencari produk kecantikan untuk merawat kulit wajah dan tubuh maka dari itu yang bisa langsung menggunakan produk kecantikan Ms glow.

4. Fungsi penyebaran nilai menyebarkan suatu nilai-nilai yang ada kepada khalayak. Untuk ini berhubungan bagaimana sebuah individu mempunyai perilaku dan nilai. Untuk itu @msglowbanyuwangi.id dapat menyebarkan nilai-nilai yang ada, contohnya produk kecantikan ini bisa merawat kulit wajah menjadi lebih baik, bisa juga untuk menjaga kulit lebih bagus dari sebelumnya dan menjadikan lebih percaya diri daripada sebelumnya.
5. Fungsi hiburan Media massa bertujuan tak hanya itu bisa digunakan dalam bentuk hiburan yang bisa membebaskan ketegangan dalam berfikir agar dapat lebih rileks dan tidak tegang. Tujuan @msglowbanyuwangi.id mempromosikan produk kecantikan ini untuk bisa dinikmati siapa saja, ketika ada seseorang yang minder karena kulit wajah yang kurang baik jika sudah mengenal produk kecantikan dari

@msglowbanyuwangi.id dan mengungkannya secara rutin membuat kulit wajah lebih baik, menjadi lebih rileks dan percaya diri

Dalam ilmu komunikasi, efek komunikasi dapat disebutkan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan oleh komunikator terhadap komunikan. Terdapat 3 efek komunikasi massa adalah efek kognitif, efek afektif dan efek behavioral, dapat dijelaskan sebagai berikut

1. Efek kognitif dimana efek ini dapat para pengguna media massa berupa instagram memperoleh informasi berupa produk kecantikan yang telah diposting oleh pengelola akun @msglowbanyuwangi.id dengan adanya akun tersebut untuk mempromosikan produk kecantikan Ms glow yang bisa membuat kita merawat diri dan bisa untuk mempercantik tampilan kita.
2. Efek afektif disini dapat diartikan dalam setiap postingan, *instastory* dari media massa instagram dengan akun @msglowbanyuwangi.id dapat memberikan rasa senang karena dengan adanya akun @msglowbanyuwangi.id dapat membantu dalam mengatasi masalah kulit wajah.

3. Efek behavioral yaitu efek yang mana pada setiap melihat beberapa testimoni produk kecantikan membuat para pengunjung maupun pengikut @msglowbanyuwangi.id memiliki rasa ingin membeli atau mencoba produk kecantikan yang dipromosikan oleh akun @msglowbanyuwangi.id.

Dalam teori media baru atau new media, terdapat dua pandangan yang dikemukakan oleh Lasswell, ialah :

1. Pandangan interaksi sosial, pandangan ini dapat membagi media menurut kedekatan dengan interaksi tatap muka ataupun secara langsung. Pierre Levy memiliki pandangan kepada *World Wide Web* (WWW) ialah sebagai lingkungan informasi yang terbuka, dinamis dan fleksibel, sehingga dapat memungkinkan manusia membangun orientasi pengetahuan baru dan bisa terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang interaktif dan berdasarkan pada khalayak. Dalam ruangan virtual pengguna dapat berinteraksi satu sama lain, new media mampu menjadi ruang interaksi yang tidak memiliki batas jarak dan waktu untuk melakukan komunikasi. Dalam ruang virtual bisa menjadi tempat

untuk penggunanya untuk beropini maupun berpendapat yang berhubungan dalam permasalahan atau fenomena tertentu, menjadikan *new media* ini sebagai ruang, demokratis yang terbuka dalam menemukan pendapat dan kritik.<sup>18</sup> Dalam sebuah komunikasi sebuah komunitas virtual media sosial instagram pada akun @msglowbanyuwangi.id dalam menyebarkan produk kecantikan. Kemudian adanya media baru ini menjadikan informasi dapat diketahui oleh banyak khalayak. Akun @msglowbanyuwangi.id melakukan apa saja untuk bisa mendapatkan pelanggan atau konsumen dari mana saja yang membutuhkan produk kecantikan. Untuk dapat membantu dalam menangani masalah kulit dan tubuh. Tidak harus saling mengenal karena dalam virtual tidak ada batasan jarak dan waktu untuk saling mengenal.

2. Pandangan integritas sosial, ialah sebuah gambaran media bukan dalam bentuk sebuah informasi, interaksi, atau penyebaran, namun dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia memaksimalkan media sebagai

---

<sup>18</sup> <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/5617/3/BAB%20II.pdf> di akses pada tanggal 22 juli 2022 pukul 23.10

instrumen dalam mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa masyarakat yang memberikan rasa saling memiliki. Dalam ruang virtual banyak ditemukan grup online yang dimana membahas sesuatu hal sehingga dapat menciptakan rasa simpati dan membuat sebuah grup dalam ruang publik secara online.<sup>19</sup> Akun @msglowbanyuwangi.id sebagai alat bantu dalam menawarkan produk kecantikan dan saling mengenal satu sama lain tanpa ada batas. Bentuk ruang virtual pada akun @msglowbanyuwangi.id dapat melakukan pemesanan tidak harus saling mengenal asalkan dapat membantu untuk merawat dan mengatasi masalah dalam kulit wajah dan tubuh.

Motivasi di balik media baru adalah media untuk memperoleh keuntungan *finansial* dari individu yang memanfaatkan setiap item yang disajikan oleh media. Kehadiran media baru juga dibandingkan dengan perkembangan organisasi antarpribadi yang dapat menghubungkan satu orang dengan orang lain, bahkan tanpa berada dalam satu bidang, misalnya hiburan online seperti

Twitter, Facebook, Instagram dan lain-lain. Jenis hiburan virtual dalam penelitian ini adalah tentang Instagram. Sesuai pemikiran Instagram adalah aplikasi untuk berbagi foto dan rekaman yang memungkinkan pengguna untuk mengambil dan berbagi foto dan rekaman di berbagai media sosial, termasuk pengguna Instagram..

Untuk instagram sendiri memiliki lebih dari 5 fitur di dalamnya, adalah adanya fitur kamera, *story*, *direct*, *message*, *editor*, *tag* dan *hashtag*, IGTV, *shop* dan yang terbaru yaitu reels. Dari hasil wawancara mengenai fitur di atas yang sering digunakan dan alasannya adalah

“untuk keseluruhan fitur yang ada di instagram saya hampir menggunakan semua mas karena fiturnya memang sangat membantu saya menjalankan promosi produk melalui instagram ini, mungkin cuman *Shop* yang saya tidak gunakan mas.”<sup>20</sup>

Dari hasil wawancara yang didapatkan dapat disimpulkan bahwa fitur instagram yang diciptakan sangat bermanfaat bagi penggunanya apalagi menggunakan instagram sebagai media promosi, hanya fitur *shop* yang tidak digunakan oleh @msglowbanyuwangi.id karena untuk fitur shop masih jarang peminatnya.

<sup>19</sup> <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/5617/3/BAB%20II.pdf> di akses pada tanggal 22 juli 2022 pukul 23.12

<sup>20</sup> Hasil wawancara dengan owner @msglowbanyuwangi.id. pada tanggal 13 juli 2022 jam 14.10

Peneliti ingin mengetahui berapa yang terjual setiap harinya dalam menggunakan media sosial instagram sebagai media promosi di akun @msglowbanyuwangi.id,

“gak tentu mas, tapi rata-rata sehari bisa terjual 5 paket produk Ms glow bisa juga lebih”<sup>21</sup>

Fitur *Direct Message* atau biasanya yang disingkat DM ini digunakan untuk memesan produk yang ditawarkan dan biasanya juga digunakan untuk mengkonsultasi produk yang akan digunakan oleh pelanggan, fitur kamera dan editor fitur yang sering digunakan karena untuk mengunggah foto produk untuk bisa memberikan daya tarik produk. Untuk fitur *tag* dan *hashtag* fitur yang digunakan untuk memperluas jangkauan untuk menjalankan promosi. Adanya juga fitur *caption* biasanya akan memberikan keterangan pada setiap postingan untuk memperjelas produk yang digunakan untuk memperjelas keterangan produk. Fitur yang tidak akan ketinggalan untuk dipakai berikutnya adalah *stories* yang artinya cerita, fitur tersebut digunakan untuk mengunggah foto maupun video pendek yang bertahan dalam 24 jam saja untuk itu mengapa @msglowbanyuwangi.id menggunakan fitur ini setiap hari karena

salah satu fitur yang menarik dalam sebuah promosi fitur itu pun bisa disimpan pada sorotan yang ada di bawah profil. Kemudian fitur search yang artinya untuk mencari akun @msglowbanyuwangi.id maupun akun pengguna lainnya, dan satu lagi fitur instagram yang tidak akan dilewatkan yaitu fitur reels, ada IGTV biasanya digunakan untuk video yang panjang fitur ini digunakan untuk mengundi hadiah setiap bulan yang didapat dari pembelian produk. fitur ini baru di ciptakan oleh instagram fitur yang hampir sama seperti tiktok, yang bisa membuat video 15-30 detik dengan latar belakang music. Fitur yang tergolong baru ini dimanfaatkan @msglowbanyuwangi.id untuk membuat video tentang manfaat produk, memperkenalkan produk, tutorial untuk memakai produk, membuat video untuk memberitahukan stok produk, dan juga memperkenalkan produk @msglowbanyuwangi.id menggunakan jasa endrose

Media sosial instagram mudah untuk dioperasikan dan mudah untuk dipahami karena di dalamnya berupa foto dan video untuk itu bisa dengan *simple* mendapatkan informasi yang ada, salah satunya produk kecantikan. Tak hanya itu instagram bisa dioperasikan selama 24 jam tidak ada batas waktu untuk membukanya, bisa untuk

---

<sup>21</sup> Hasil wawancara dengan owner @msglowbanyuwangi.id. pada tanggal 13 juli 2022 jam 14.15

dilihat kapan saja dan dimana saja. Karena kemudahan untuk mendapatkan informasi instagram ini memfokuskan hanya pada foto dan video dan memiliki teks atau caption yang tak banyak. Memungkinkan seseorang menarik untuk menggunakan aplikasi instagram.

Berikut ini adalah pemaparan dari hasil penelitian mengenai pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi produk kecantikan Ms glow melalui akun @msglowbanyuwangi.id. Untuk hasil yang didapatkan pada saat wawancara disertai dengan observasi dan juga dokumentasi yaitu :

### **1. Peran akun @msglowbanyuwangi.id dapat menarik pelanggan dan konsumen untuk membeli produk kecantikan Ms glow**

Tujuan awal pembuatan akun instagram dengan nama @msglowbanyuwangi.id yaitu untuk mempromosikan produk kecantikan Ms glow agar dapat menggunakannya terutama bagi wanita. Untuk pengikut instagram saat ini masih tiga ribuan lebih membutuhkan ketekunan dalam mengelola akun instagram tersebut. Awal mulanya hanya hobi untuk menjual produk kecantikan dan memiliki ide untuk mengembangkan produk kecantikan dengan

mempromosikan melalui instagram yang diberi nama @msglowbanyuwangi.id menggunakan nama yang lebih mudah di cari oleh pengguna atau konsumen yang akan membeli produk kecantikan Ms glow. Dan memanfaatkan fitur yang ada di instagram untuk menarik kalangan remaja, dewasa terutama wanita umur 16 tahun keatas

Memilih instagram sebagai media untuk promosi yaitu karena penggunanya banyak perempuan, fiturnya memiliki banyak manfaat untuk penggunanya, tampilan yang *simple* mudah dan menarik. Untuk fitur yang digunakan adalah fitur *reels* editor, *stories*, *search*, *hashtag* dan *tag*, *direct message*, *shop* dan kamera. Untuk fitur jarang digunakan hanya *shop* karena fitur ini biasanya masih jarang orang yang langsung membeli produk lewat fitur *shop* tersebut. Untuk dapat menarik para pengunjung untuk membeli produk kecantikan Ms glow pengelolah akun @msglowbanyuwangi.id melakukan *endorse selebgram*, mengadakan *giveaway* yang menggunakan *hashtag* #msglowbanyuwangi dan mengajak temannya menggunakan *tags* di dalamnya, memberikan bonus setiap pembelian paket Ms glow dan undian, membuat *story* instagram setiap harinya yang berisi tentang

testimoni produk, bukti transfer, stok produk dll.

## **2. Tanggapan *Followers dan Konsumen* terhadap promosi yang dilakukan oleh akun @msglowbanyuwangi.id**

Hasil dari dokumentasi dan wawancara yang dilakukan terhadap tanggapan mengenai promosi produk kecantikan Ms glow yang sudah dilakukan oleh @msglowbanyuwangi.id. memiliki dampak positif dalam hal penjualan. @msglowbanyuwangi.id dan menjadi lebih banyak dikenal dan diketahui oleh masyarakat. Masih banyak masyarakat yang masih belum mengenal produk kecantikan Ms glow yang memang sarannya kalangan anak muda sampai dewasa, tetapi dengan adanya @msglowbanyuwangi.id sebagai sarana promosi produk kecantikan menjadikan wadah atau tempat untuk masyarakat yang ingin mencari produk kecantikan khususnya Ms glow, dampaknya memiliki manfaat bagi pengguna media sosial instagram yang sudah menjejaki akun @msglowbanyuwangi.id.

Untuk tampilan yang diberikan akun @msglowbanyuwangi.id bisa dapat memikat para pelanggan agar membeli produk kecantikan. Setiap melakukan giveaway di instagram dapat menarik

pengunjung yang ramai melakukan komentar dan suka untuk mengetag temannya untuk mengikuti giveaway tersebut. sekarang @msglowbanyuwangi memiliki kegiatan rutin untuk tetap melakukan promosi yaitu rutin membuat story, memposting foto produk dan membuat konten di reels, kemudian ada tampilan sorotan yang berisi tentang testimoni produk, alamat, bukti transfer,

Untuk Efek yang dihasilkan dari setiap promosi yang dilakukan oleh akun @msglowbanyuwangi.id ialah untuk membuat para konsumen maupun pengunjung berminat untuk membelinya, yang sebelumnya hanya melihat saja kemudian menjadi tertarik membeli produk tersebut. Untuk membeli produk kecantikan Ms glow ini tak hanya orang yang tinggal di sekitar Banyuwangi saja, melainkan ke seluruh indonesia, walaupun yang tidak bisa datang ke *home store* secara langsung bisa membelinya secara *online* yang nantinya akan di packing kemudian akan dikirim menggunakan jasa kurir yang sudah dipilih.

## **IV. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan ketentuan dari hasil analisis yang peneliti lakukan pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi Ms

glow dengan studi deskriptif akun @msglowbanyuwangi.id maka dapat disimpulkan bahwa Akun @msglowbanyuwangi.id sudah berjalan sangat baik sesuai dengan proses komunikasi massa dalam menyampaikan informasi kepada pengguna instagram lainnya, promosi ini dapat membantu konsumen yang mencari produk kecantikan, bisa juga memperluas wawasan kita dalam dunia kecantikan,

Dalam promosi yang dilakukan akun @msglowbanyuwangi.id menggunakan instagram membuat penjualan meningkat dan toko bisa dikenal secara luas.

Menggunakan media sosial instagram ini memang cukup efektif untuk dijadikan sebagai sarana media promosi karena instagram mempunyai fitur – fitur yang dapat menarik hati penggunanya. Fitur yang ada di instagram seperti *shop*, *reels*, *stories*, *tag* dan *hashtag*, *caption*, *search*, IGTV, kamera dan *direct message*, editor. Dan fitur ini sudah digunakan oleh akun @msglowbanyuwangi.id karena semuanya bermanfaat untuk mempromosikan produk kecantikan Ms glow hanya fitur *shop* saja yang tidak digunakan karena memang kurang cocok untuk digunakannya.

Keunggulan menggunakan Instagram ini sangat mudah dijangkau, bisa buka kapan

pun, memudahkan pemakai dan pengguna, menjangkau semua kalangan, menyebarkan informasi sangat mudah, dapat dijangkau dimana saja dan menjadikan akun instagram sebagai media untuk promosi.

### Saran

1. Memiliki jadwal untuk melakukan *giveaway*
2. Memberikan bonus dan Promosi terbaik untuk meningkatkan penawaran kepada penjual.
3. Berani menggunakan jasa endorse
4. Menjalankan kedekatan secara personal terhadap *reseller* dan konsumen yang dimiliki untuk bisa mendapatkan keharmonisan agar bisa meningkatkan penjualan.
5. Mempererat hubungan kepada *reseller* dan juga pembeli mengutamakan aktivitas promosi untuk memperlebar area yang belum dijangkau
6. Jangan melakukan promosi yang tidak efektif secara berulang agar tidak mengeluarkan dana maupun pengeluaran yang besar daripada pemasukan.

### DAFTAR PUSTAKA.

#### Buku

- Halik, A. (2013). *Komunikasi Massa*. Makassar: Alaudin Universty Press.
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa McQuail Edisi 6 Buku 1* (penerjemah Putri Iva Izzati ed.). Jakarta: Selemba Humanika.
- Nisrina, M. (2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Prajina, D. (2012). *Media Sosial Periklanan- instagram*. Sleman: Cv Budi Utama.
- Prof Dr. Khomsharial Romli, M. (2016). *Komunikasi massa*. Jakarta: Grasindo.
- Prof. Dr. Lexy J. Moleong, M. (Metode Penelitian Kualitatif). 2018. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruli, N. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiarto, M. (2018). *Instagram Marketing*. Jakarta Selatan: PT. Pengemban Lintas Pengetahuan.
- Sugiarto, M. (2018). *Instagram Marketing*. Jakarta: PT. Pengebuan Lintas Pengetahuan.
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Pengetahuan.
- Tim Penyusun, *Pedoman Karya Ilmiah*.
- Damayanti, R. (2018). *Diksi dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram*. Ikip Widya Darma, Volume 5.
- Widiarto, C. R. (2020). *Pemanfaatan Instagram Oleh Akun @Jelajahblitar Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah*. Ilmu Komunikasi, I(I).
- Putra, M. (2018). *Efektifitas media sosial instagram sebagai komunikasi pemasaran (studi khusus pada akun instagram @siramah\_jogja)*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Ramdhani, N. P. (2021). *PENGGUNAAN TOKOPEDIA DAN SHOPEE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MEMBANGUN LOYALITAS (Studi Kasus Produk Ms Glow Pada Akun @Msglow.Ponorogo1*. Ponorogo: IAIN Ponorogo.
- Mahendra, I. T. (2017). *Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi*. Jakarta: Universitas Islam Syarif Hidayatullah.
- Nasyiroh, F. A. (2020). *Strategi Pengelolaan Instagram @infoponorogo Sebagai media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo*. Ponorogo: IAIN Ponorogo.
- Asmaradewi, Y. (2019). *PERAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH*

*PENGUNJUNG PADA CAFE MAS BRO.* Semarang: Universitas Semarang.

Fitriyandi, A. R. (2015). *Pemanfaatan Media Sosial Facebook dan Twitter Untuk Memperkenalkan Komunitas Bismania.* Serang: Universitas Sultan Agung Tistayasa.

#### Internet

Haryanto, A. T. (2021, 02 23). *Pengguna aktif medsos RI 170 juta bisa main 3 jam sehari.* Dipetik Maret 20, 2022, dari detikinet: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407834/pengguna-aktif-medsos-ri-170-juta-bisa-main-3-jam-sehari>

Imam, M. (2020, 06 14). *Penggunaan instagram di indonesia berdominasi wanita dan generasi milenial.*

Dipetik Februari 25, 2022, dari goodnewsfromindonesia:

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>

Shafa, N. (2021, 05 05). *Pengalaman mengakses media sosial, serta potensi dan kekurangan.* Dipetik Maret 25, 2022, dari kompasiana: <https://www.kompasiana.com/nadiahafa9923/6092cc70d541df66a8045473/pengalaman-mengakses-media-sosial-serta-potensi-dan-kekurangan>

*Instagram.* (2022, 07 09). Dipetik Februari 25, 2022, dari Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>

<http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/5617/3/BAB%20II.pdf>