

## ABSTRAK

Perkembangan internet semakin terasa manfaatnya oleh sebagian besar orang baik dalam bidang pendidikan, kesehatan, hiburan, sumber informasi dunia bisnis dan komunikasi tanpa batas dan waktu. Kondisi pertumbuhan penggunaan internet dunia yang semakin meningkat tak terkecuali dialami oleh Indonesia. Berdasarkan penelitian dari Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2014 terdapat sebanyak 88,1 juta jiwa pengguna internet di Indonesia namun pada akhir tahun 2017 pengguna internet di Indonesia berjumlah 142,26 juta jiwa. Merilis hasil survey profile pengguna internet Indonesia pemanfaatan internet bidang gaya hidup penggunaan media sosial mencapai 87,13% lebih banyak dibandingkan dengan yang lain seperti download musik sebanyak 71,10% lalu berita entertainment sebanyak 58,01%.. Namun saat ini masih banyak orang atau pengguna media sosial yang masih belum paham ataupun belum siap menggunakan media sosial tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kesiapan pengguna media sosial Instagram dalam memanfaatkan layanan promosi pada Instagram J&T Express. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada *followers* J&T Express, sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan *Truthworthness* (TW) terhadap *Intention to Use* (IU) sebesar 0,532. Hal ini menunjukkan pengaruh terbesar sehingga perusahaan jika ingin terus menjaga tingkat keinginan dari pengguna media sosial terutama pengguna Instagram J&T Express dalam berkomunikasi dan terus menggunakan Instagram J&T Express dalam berkomunikasi sebaiknya juga menjaga kepercayaan konsumen dan pada kesimpulannya bahwa pengaruh tiap variabel berada pada kisaran 68% - 84% hal ini dikatan berada pada kategori yang baik oleh karena itu para pengguna Instagram J&T Express siap memanfaatkan layanan promosi pada Instagram J&T Express.

Kata Kunci : Instagram, social media, internet, *followers*.