

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Capella.apps. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan konsep elemen komunikasi pemasaran menurut Priansa (2017) yang meliputi periklanan, pemasaran langsung, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran interaktif, dan hubungan masyarakat. Selain itu, peneliti juga menggunakan konsep fitur dan konten Instagram menurut Helianthusonfri (2020) yang meliputi fitur Instagram stories, fitur Instagram feeds, Fitur Highlight Instagram, konten penawaran, konten tanya jawab, konten polling, konten edukasi, konten review, testimonial, kuis, hiburan, live Instagram, dan konten dari pengikut. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan pengumpulan data dengan dokumen. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa Capella.apps melakukan kegiatan komunikasi pemasaran seperti periklanan menggunakan Instagram dan Facebook Ads, melakukan kegiatan pemasaran langsung hanya melalui postingan Instagram stories dan feeds karena Capella.apps merupakan *online shop* yang hanya mengandalkan Instagram sebagai media penjualan dan pemasaran, melakukan kegiatan promosi penjualan dengan cara membuat konten *soft selling*, melakukan penjualan personal hanya melalui Instagram saja namun tidak sedikit juga konsumen Capella.apps yang mengajak teman-temannya untuk membeli Netflix di Capella.apps, melakukan kegiatan pemasaran interaktif menggunakan Instagram Ads dan membuat konten-konten *soft selling* di akun Instagram Capella.apps, melakukan kegiatan hubungan masyarakat dengan menangani keluhan yang diberikan oleh pelanggan dengan sebaik dan secepat mungkin. Selain itu, untuk menjaga citranya, Capella.apps biasanya membuat pertanyaan tentang bagaimana pandangan konsumen terhadap Capella.apps? hasil jawaban tersebut dapat menjadi bahan evaluasi bagi Capella.apps untuk menjadi lebih baik kedepannya. Capella.apps juga memanfaatkan semua fitur Instagram dan membuat semua konten Instagram menurut Helianthusonfri (2020). Bentuk konten yang diunggah disesuaikan oleh kebutuhan dan kegemaran pelanggan Capella.apps. Fitur dan konten Instagram tersebut mampu membantu Capella.apps untuk melakukan kegiatan komunikasi pemasaran di akun Instagramnya.

Kata Kunci: Capella.apps, Fitur dan konten Instagram, Komunikasi Pemasaran