

ABSTRAK

Joeragan Artikel adalah suatu lembaga usaha yang menjual jasa dalam pelatihan menulis yang fokus pada pemberdayaan masyarakat. Member komunitas mendapat pelatihan bahasa menulis dan digital bisnis. Selepas mengikuti pelatihan para peserta pelatihan tersebut dapat berkontribusi menulis diplatform digital Joeragan Artikel, serta magang dan bekerja paruh waktu di perusahaan untuk mengasah ilmu dan berpenghasilan dari skill yang telah diperoleh setelah mengikuti pelatihan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui efektifitas media sosial instagram Joeragan Artikel dalam mempromosikan produknya.

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan penelitian ini adalah metode pendekatan penelitian deskriptif kualitatif, data yang dibutuhkan yaitu data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara , observasi, dokumentasi dan studi pustaka.

Hasil yang didapat yaitu, media sosial Instagram Joeragan Artikel tidak efektif dalam mempromosikan produknya. Meskipun platform ini memiliki basis pengguna yang besar dan beragam, berbagai faktor menghambat keberhasilan promosi produk Joeragan Artikel. Pertama, konten yang dibagikan tidak cukup menarik dan kurang konsisten dalam menyampaikan pesan merek. Kurangnya interaksi dengan *follower* juga berkontribusi pada rendahnya keterlibatan. Kedua, penggunaan hashtag yang tidak efektif dan strategi posting yang tidak tepat waktu mengakibatkan rendahnya visibilitas konten. Terakhir, kurangnya analisis dan penyesuaian strategi berdasarkan data performa promosi membuat upaya promosi tidak mencapai hasil yang diinginkan.

Kata Kunci: Efektifitas, Sosial Media Instagram, Promosi