

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Komunikasi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Hamburger : Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Burgouth”. Komunikasi pemasaran merupakan salah satu elemen kunci dalam strategi pemasaran yang bertujuan untuk menyampaikan pesan dan informasi mengenai produk atau layanan kepada target audiens. Komunikasi pemasaran yang terintegrasi dengan digital marketing memungkinkan bisnis dapat mencapai audiens yang lebih luas, berkomunikasi dengan lebih baik, dan mencapai tujuan pemasaran mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dijalankan Burgouth dalam Meningkatkan Penjualannya, mengetahui tantangan yang terjadi pada tahap penyebaran promosi di Instagram dan untuk mengetahui berbagai jenis konten yang diproduksi oleh media burgouth di instagramnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Studi Deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran digital Burgouth yang mencakup empat elemen utama: produk, harga, tempat, dan promosi. Burgouth menggunakan konten beragam di Instagram, seperti *story*, *reels*, dan gambar, untuk mempromosikan produk. Penawaran khusus dan diskon diterapkan untuk menarik pelanggan, sementara aplikasi pesan online membantu memperluas jangkauan penjualan. Promosi dilakukan melalui *influencer* untuk mencapai audiens yang lebih luas. Kendala utama termasuk persaingan ketat dan jangkauan Instagram yang terbatas. Meskipun kolaborasi dengan *influencer* meningkatkan visibilitas, konten promosi yang monoton perlu ditingkatkan. Jenis konten visual berkualitas tinggi dan edukasi, termasuk foto produk, video *behind-the-scenes*, dan infografis, memainkan peran penting dalam menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan pelanggan

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Burgouth, Meningkatkan Penjualan, Instagram

ABSTRACT

This study is entitled "Marketing Communication of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Through Instagram in Increasing Hamburger Sales: A Descriptive Study on the Instagram Account @Burgouth". Marketing communication is one of the key elements in a marketing strategy that aims to convey messages and information about products or services to the target audience. Marketing communication integrated with digital marketing allows businesses to reach a wider audience, communicate better, and achieve their marketing goals.

This study aims to determine the communication strategy implemented by Burgouth in Increasing its Sales, to find out the challenges that occur at the stage of distributing promotions on Instagram and to find out the various types of content produced by burgouth media on its Instagram. This study uses a qualitative approach with the Descriptive Study method.

The results of this study indicate that Burgouth's digital marketing communication strategy includes four main elements: product, price, place, and promotion. Burgouth uses diverse content on Instagram, such as stories, reels, and images, to promote products. Special offers and discounts are applied to attract customers, while online messaging applications help expand sales reach. Promotion is done through influencers to reach a wider audience. The main obstacles include fierce competition and limited Instagram reach. Although collaboration with influencers increases visibility, monotonous promotional content needs to be improved. High-quality and educational visual content types, including product photos, behind-the-scenes videos, and infographics, play an important role in attracting attention and increasing customer engagement.

Keywords: *Marketing Communication, Burgouth, Increasing Sales, Instagram*