

ABSTRAK

STRATEGI PENGELOLAAN INSTAGRAM @ANNEAVANTIEHEART

Di era digital saat ini masyarakat sangat dimudahkan untuk berkomunikasi satu sama lain serta mengakses berbagai macam informasi yang ada dengan berkembangnya *platform* media sosial. *Platform* media sosial yang paling aktif digunakan di Indonesia adalah Instagram dimana tidak hanya berfungsi untuk interaksi sosial, melainkan juga sebagai sumber informasi dan ilmu pengetahuan, serta sebagai sarana pemasaran secara *online*. Salah satu akun pengguna media sosial Instagram yang sudah terverifikasi dan dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran *online* adalah @anneavantieheart. Akun yang terverifikasi oleh Instagram akan memiliki lencana berupa tanda centang biru yang muncul di sebelah nama akun Instagram dalam pencarian dan profil dimana tanda tersebut berarti Instagram sudah mengonfirmasi keaslian akun yang mewakili tokoh publik, selebriti, atau merek global. Akun tersebut dimiliki oleh Anne Avantie yang merupakan desainer kebaya ternama asal Semarang. Instagram @anneavantieheart dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran dengan membagikan dokumentasi maupun promosi mengenai bisnis dan acara yang dijalani oleh Anne Avantie. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana strategi pengelolaan Instagram yang dilakukan oleh Anne Avantie. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dan menggunakan dua metode pengumpulan data yaitu *in-depth interview* dan studi dokumen. Metode analisis data yang digunakan adalah model analisis data interaktif milik Miles dan Huberman. Pemeriksaan validasi dan reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode triangulasi sumber dan audit. Hasil dari penelitian ini adalah strategi pengelolaan Instagram @anneavantieheart menggunakan tiga hal utama yaitu akun, fitur, dan konten. Strategi konten yaitu dengan membuat akun yang populer dan tidak membeli *followers*. Selanjutnya strategi fitur yaitu memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram. Yang terakhir adalah strategi konten dimana konten yang dibagikan memiliki *value*, menarik, *authentic*, dan dapat dipercaya melalui pembawaan yang apa adanya dan natural. Selain itu konten juga dijadwalkan per hari dan diunggah secara teratur, disediakan *call to action*, dan tidak menggunakan efek *filter* yang berlebihan. Pengadaan *giveaway* juga dilakukan untuk meramaikan bisnis baru yang ada.

Kata kunci: Instagram, Akun Terverifikasi, Anne Avantie, Pemasaran Media Sosial, Strategi Pengelolaan Instagram

ABSTRACT

INSTAGRAM MANAGEMENT STRATEGY OF @ANNEAVANTIEHEART

In the current digital area, it is very easy for people to communicate with each other and access various kinds of information with the development of social media platforms. The most actively used social media platform in Indonesia is Instagram which is the purpose of Instagram not only for social interaction, but also as a source of information and knowledge, and most importantly as an online marketing tool. One of the Instagram social media user accounts that has been verified and used as an online marketing tool is @anneavantieheart. Accounts verified by Instagram will have a badge in the form of a blue tick that appears next to the Instagram account name in searches and profiles where this sign means Instagram has confirmed the authenticity of an account that represents a public figure, celebrity or global brand. The account is owned by Anne Avantie who is a famous kebaya designer from Semarang. Instagram @anneavantieheart is used as a marketing tool by sharing documentation and promotions about the business and events undertaken by Anne Avantie. The purpose of this study is to find out how the Instagram management strategy is carried out by Anne Avantie. This type of research is a descriptive qualitative research and uses two data collection methods, namely in-depth interviews and document studies. The data analysis method used is Miles and Huberman's interactive data analysis model. Validation and reliability checks used in this study are data triangulation and audit methods. The results of this study are @anneavantieheart's Instagram management strategy using three main things, namely accounts, features, and content. The account strategy is to create a popular account and not buying any followers. Next, feature strategy is to take advantage of the features provided by Instagram. The last one is a content strategy where the content that is shared has value, interesting, authentic, and can be trusted through an authentic and natural disposition. In addition, content is also scheduled per day and uploaded regularly, provides a call to action, and does not use excessive filter effects. Giveaways are also held to enliven existing new businesses.

Keywords: Instagram, Verified Account, Anne Avantie, Social Media Marketing, Instagram Management Strategy