

**Instagram Sebagai Media Promosi Trifting Untuk Meningkatkan  
Jumlah Pengunjung Safe Festival di Convention Hall Tirtonadi**



**TUGAS AKHIR - KAJIAN ILMIAH**

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi (S1) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik  
Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Oleh: Aldhan Gradika Sena

18410028

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SLAMET RIYADI  
SURAKARTA  
2024**



## **HALAMAN PERSETUJUAN**

Instagram Sebagai Media Promosi Trifting Safe Festival Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung Di  
Convention Hall Tirtonadi

Surakarta, September 2024

Disetujui dan diterima dengan baik oleh:

Pembimbing

Herning Suryo, M.Si

## **PENGESAHAN**

Tugas Akhir – Kajian Ilmiah ini telah diuji oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Slamet Riyadi Surakarta dan telah diterima untuk memenuhi persyaratan mendapat gelar Sarjana Sosial.

Pada hari :

Tanggal : September 2024

Panitia penguji skripsi:

1. Ketua :
2. Sekretaris :
3. Penguji :

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Slamet Riyadi

Surakarta

**Dr. Drs. Suwardi, M.Si**

**NIDN.061510650**

## **PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aldhan Gradika Sena

NPM : 18410028

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir – kajian ilmiah dengan judul **INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI TRIFTING UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG SAFE FESTIVAL DI CONVENTION HALL TIRTONADI** merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, apabila terbukti hasil plagiasi maka Rektor Universitas Slamet Riyadi berhak membatalkan gelar Sarjana yang telah saya terima. Semua isi dari tugas akhir – kajian ilmiah ini menjadi tanggung jawab saya sebagai penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa tekanan dari pihak manapun.

Surakarta, September 2024

Yang Membuat Pernyataan

**Aldhan Gradika Sena**

## **MOTTO**

*“Tidak ada yang terlambat, yang ada datang di waktu yang tepat”*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi yang berjudul " INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI TRIFTING UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG SAFE FESTIVAL DI CONVENTION HALL TIRTONADI " ini dapat diselesaikan. Skripsi ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan mengenai efektivitas penggunaan Instagram sebagai media promosi dalam meningkatkan jumlah pengunjung di Trifting Safe Festival yang diadakan di Convention Hall Tirtonadi. Masalah ini diketengahkan karena adanya tren penggunaan media sosial yang semakin meningkat dalam aktivitas promosi dan pemasaran. Alat analisis yang digunakan meliputi metode kuantitatif dengan survei dan analisis statistik. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki beberapa kekurangan, terutama dalam hal keterbatasan sampel dan waktu penelitian. Namun, penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran digital, khususnya dalam penggunaan Instagram sebagai media promosi.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Drs. Sutoyo, M.Pd, selaku Rektor Univeristas Slamet Riyadi Surakarta
2. Dr. Drs. Suwardi, M.Si, selaku Dekan FISIP Univeristas Slamet Riyadi Surakarta
3. Dr. Herning Suryo, M.Si, selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan dan arahan dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
4. Lukas Maserona, S. S.Sos., M.I.Kom, selaku pembimbing kedua
3. Orang Tua dan Keluarga, atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti.

Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Surakarta, November 2024

Penulis,

Aldhan Gradika Sena

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadikan media sosial sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Salah satu platform yang paling populer di Indonesia adalah Instagram, yang digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk promosi produk dan acara. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji Instagram sebagai media promosi Save Festival di Convention Hal Tirtanadi dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Safe Festival hanya menggunakan Instagram sebagai platform promosi utama, dengan fitur visual seperti foto dan video yang interaktif serta kolaborasi dengan akun lokal untuk menarik lebih banyak pengunjung. Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terkait aktivitas promosi di akun Instagram @safeFestival. Teori yang digunakan oleh penulis adalah promosi, pemasaran dan media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram melalui unggahan visual, dan repost konten, dapat meningkatkan jumlah pengunjung secara signifikan. Penelitian ini juga mendukung temuan pada penelitian sebelumnya tentang Instagram sebagai media promosi dengan fokus pada elemen interaksi visual dan komunikasi yang ditargetkan.

Kata kunci: *instagram, promosi, komunikasi*

## **ABSTRACT**

*The development of information and communication technology has made social media an inseparable part of everyday life. One of the most popular platforms in Indonesia is Instagram, which is used for various purposes, including product and event promotion. This study aims to examine Instagram as a promotional medium for the Save Festival at the Hal Tirtanadi Convention in increasing the number of visitors. Safe Festival only uses Instagram as the main promotional platform, with visual features such as interactive photos and videos and collaboration with local accounts to attract more visitors. Using a qualitative descriptive approach, this study collected data through observation, interviews, and documentation related to promotional activities on the @safeFestival Instagram account. The theories used by the author are promotion, marketing and social media. The results of the study indicate that the use of Instagram through visual uploads and reposting content can significantly increase the number of visitors. This study also supports the findings of previous studies on Instagram as a promotional medium with a focus on elements of visual interaction and targeted communication.*

*Keywords: instagram, promotion, communication*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang.....	1
Metode.....	3
Rumusan Masalah .....	4
Tujuan Penelitian.....	4
KAJIAN PUSTAKA.....	4
KERANGKA BERPIKIR.....	9
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	9
KESIMPULAN DAN SARAN.....	20
Simpulan.....	20
Saran.....	20
DAFTAR PUSTAKA .....	20
LAMPIRAN.....	22



# **Instagram Sebagai Media Promosi Trifting Safe Festival Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung Di Convention Hall Tirtonadi**

Aldhan Gradika Sena  
Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP  
Universitas Slamet Riyadi, Jl. Sumpah Pemuda, Surakarta  
Aldhan136@gmail.com

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadikan media sosial bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat global. Hampir setiap orang memiliki media sosial yang digunakan sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Media sosial dapat diibaratkan seperti pisau bermata dua; di satu sisi, memberikan hal positif bagi penggunanya, seperti hiburan, informasi, pencarian teman, dan peluang berbisnis, sementara di sisi lain dapat memberikan dampak negatif terhadap kesehatan mental masyarakat karena mampu menampilkan semua informasi tanpa penyaringan (Kemenkes 2022). Media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, YouTube, dan Line (Kurniaputri 2022). Masing-masing memiliki keunikan tersendiri, seperti Instagram yang berfokus pada foto dan video. Sejak tahun 2015 hingga 2019, Instagram telah menjadi platform favorit bagi masyarakat Indonesia untuk berselancar di dunia maya (Sari 2024). Pengguna Instagram di Indonesia meningkat sebesar 12,35% dibandingkan tahun 2019, mencapai 170 juta jiwa (Mahdi 2022). Pada Januari 2022, We Are Social melaporkan bahwa Indonesia memiliki 191 juta pengguna aktif Instagram. Berdasarkan laporan Napoleon Cat, pengguna Instagram di Indonesia mayoritas berusia 18 hingga 24 tahun, dengan 19,8% perempuan dan 17,5% laki-laki (Sari 2024). Dengan fitur foto dan video, Instagram menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Adanya tren belanja online yang marak membuat beberapa platform media sosial mengembangkan layanan untuk penjualan produk dan promosi. Salah satu platform tersebut adalah Instagram. Instagram menawarkan layanan berupa tombol produk yang dapat dibeli secara online dan dikirimkan oleh penjual kepada pembeli. Instagram juga memiliki fitur Ads yang memungkinkan pengguna melakukan pengiklanan melalui video atau foto. Fitur ini dapat menargetkan konsumen secara spesifik berdasarkan lokasi, usia, jenis kelamin, dan

lainnya. Ads paling banyak digunakan untuk mempromosikan produk baru, kampanye, dan acara besar untuk mendatangkan pengunjung. Salah satu acara yang menggunakan Instagram sebagai media promosi adalah Safe Festival yang diadakan di rooftop Terminal Tirtonadi Surakarta atau biasa dikenal sebagai Convention Hall Tirtonadi. Safe Festival pertama kali diselenggarakan pada 12 Oktober 2014 sebagai festival musik yang menampilkan band-band lokal. Acara pertamanya di Sport Hall Tirtonadi pada 12 Desember 2014 diikuti oleh 18 band, dengan harga tiket 25 ribu rupiah. Acara ini menjadi cikal bakal dari festival yang menghadirkan penjualan baju bekas terbesar di Surakarta. Pemilihan penjualan pakaian bekas atau thrifting dipilih karena industri fashion yang berkembang pesat dan kecenderungan masyarakat untuk terlihat kaya dengan pakaian bermerek (Farah and Aswad 2022). Sport Hall Tirtonadi dipilih sebagai tempat penyelenggaraan Safe Festival di Surakarta karena memiliki tempat yang luas, fasilitas memadai, dan lokasi strategis. Tempat ini berada di pusat kota Solo dan memiliki jalur penghubung yang memudahkan pengunjung dari luar daerah untuk menghadiri Safe Festival. Banyak media massa yang menyoroti acara tersebut karena mampu mendatangkan banyak pengunjung dan mengangkat perekonomian di tengah krisis ekonomi akibat pandemi dengan melibatkan UMKM di Solo Raya.

Sejauh ini, Safe Festival hanya menggunakan Instagram sebagai media promosi. Instagram dipilih karena kemampuannya menampilkan foto dan video yang mudah dijangkau oleh pengguna, khususnya kalangan anak muda. Safe Festival juga berkolaborasi dengan akun lain seperti @agendasolo, @soloinfo, dan @konsersolo untuk menyebarkan informasi lebih luas. Akun Instagram Safe Festival menarik perhatian karena ilustrasi dan warnanya yang mengikuti gaya anak muda. Warna dasar dengan ilustrasi berbeda memberikan kejelasan pada informasi yang disampaikan. Tambahan watermark pada setiap postingan menyesuaikan tema event, memberikan kesan interaktif dan meriah yang tidak dimiliki oleh Instagram dari event serupa. Selain itu, Safe Festival aktif melakukan repost story yang menandai akun mereka, meningkatkan interaksi dan kedekatan dengan pengunjung. Selama acara berlangsung, jumlah pengunjung meningkat signifikan. Pada tahun 2021, jumlah pengunjung kurang lebih 5000 orang, dan meningkat pada tahun 2022 karena pelonggaran pembatasan kegiatan COVID-19 dan promosi yang efektif di Instagram sehingga jumlahnya meningkat menjadi 8500 orang. Oleh karena itu, penulis hendak meneliti bagaimana media sosial Instagram digunakan sebagai sarana promosi Safe Festival untuk meningkatkan jumlah pengunjung di Convention Hall Tirtonadi.

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi, teori pemasaran, teori penjualan dan teori sosial media untuk dapat menemukan penelitian yang valid. Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Anna Fatchiya dan Ari Ramadan dalam "Efektivitas Instagram sebagai Media Promosi Produk 'Rendang Uninam'" menyimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi efektivitas promosi di Instagram meliputi foto profil yang menarik, pemilihan warna dan kualitas foto yang bagus, serta kesesuaian antara isi caption dengan foto yang diposting. Penelitian lain oleh Fitri Ardianti dan Djuara P. Lubis dalam "Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Desa Wisata Malasari, Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor" menemukan bahwa indikator daya tarik, keterlibatan diri, dan persuasi membuat Instagram @desawisatamalasari menjadi media promosi yang efektif, dengan foto menjadi alasan utama dalam mengunjungi akun tersebut.

## **Metode**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengamati penggunaan Instagram sebagai media promosi Safe Festival di Selter Tirtonadi, Surakarta. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan terhadap akun Instagram @safefest untuk memahami interaksi dan respon pengguna terhadap konten yang diposting. Wawancara dilakukan dengan pemilik akun, beberapa followers, dan pengunjung acara untuk mendapatkan perspektif yang lebih mendalam. Dokumentasi meliputi pengumpulan data dari postingan Instagram, laporan acara, dan artikel berita yang relevan.

*A Methods Sourcebook* (2014), Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña menguraikan metode analisis data kualitatif yang terdiri dari tiga tahap utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data melibatkan pemilihan dan penyederhanaan data mentah agar sesuai dengan tujuan penelitian. Penyajian data dilakukan dengan menampilkan informasi dalam bentuk matriks, grafik, atau diagram untuk memudahkan pemahaman pola. Tahap terakhir adalah penarikan dan verifikasi kesimpulan, di mana peneliti memastikan hasil analisisnya valid dan dapat dipercaya. Metode ini membantu mengungkap tema dan pola secara sistematis dari data kualitatif yang kompleks (Miles, Huberman, and Saldana 2014). Kesimpulan ini menjawab rumusan masalah tentang bagaimana Instagram digunakan untuk meningkatkan jumlah pengunjung Safe Festival. Validitas dan reliabilitas data dijamin melalui teknik triangulasi, menggabungkan berbagai sumber dan teknik pengumpulan data untuk memastikan akurasi dan konsistensi. Pendekatan

ini memberikan gambaran yang komprehensif tentang efektivitas Instagram sebagai media promosi Safe Festival.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis merumuskan masalah.

1. Bagaimana Instagram sebagai media promosi Trifting Safe Festival dalam meningkatkan jumlah pengunjung di Convention Hall Tirtonadi Surakarta dari 5000 di tahun 2020 kemudian menjadi 8500 pada tahun 2021?

### **Tujuan Penelitian**

Berikut tujuan pengkajian:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan Instagram sebagai media promosi Trifting Safe Festival serta mengevaluasi dampak penggunaan Instagram terhadap peningkatan jumlah pengunjung di Convention Hall Tirtonadi.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **1. Pemasaran**

#### **1.1 Pengertian Pemasaran**

Pemasaran adalah suatu kegiatan sosial dan manajerial yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memperoleh apa yang mereka inginkan dan butuhkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Pemasaran berperan penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Dalam dunia bisnis, pemasaran tidak hanya digunakan untuk mempertahankan eksistensi, tetapi juga untuk berkembang dan menghasilkan keuntungan.

#### **1.2 Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran adalah rencana jangka panjang yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu, melalui pengembangan keunggulan bersaing di pasar. Menurut Tull dan Kahle, strategi ini mencakup upaya yang terintegrasi untuk mencapai pasar

sasaran dengan menggunakan pendekatan STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*), yaitu proses pemilahan segmen pasar, penetapan target pasar, dan penentuan posisi produk di benak konsumen (Achrol & Kotler, 2012).

### 1.3 Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran atau marketing mix adalah konsep penting dalam pemasaran yang terdiri dari empat elemen utama, yang dikenal dengan istilah 4P: produk (product), harga (price), tempat atau distribusi (place), dan promosi (promotion) (Hermawan, 2012). Elemen-elemen ini saling berkaitan dalam mendukung strategi pemasaran secara keseluruhan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

## 2. Promosi

### 2.1 Pengertian Promosi

Promosi adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan perusahaan untuk menyampaikan pesan tentang produk atau jasa kepada konsumen. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan produk, memengaruhi konsumen agar tertarik dan memilih produk tersebut, serta mendorong tindakan pembelian. Promosi menjadi bagian penting dari proses pemasaran, karena dapat menciptakan arus informasi yang membangun kesadaran dan minat terhadap produk.

2.2 Tujuan Promosi Menurut Anton, et al. (2010), promosi memiliki beberapa tujuan utama, di antaranya:

- i. Menyampaikan informasi kepada konsumen mengenai produk atau layanan.
- ii. Membedakan produk dari pesaing melalui pesan yang jelas dan menarik.
- iii. Meningkatkan penjualan dengan membujuk konsumen untuk membeli produk.
- iv. Menjaga stabilitas penjualan di pasar yang dinamis.
- v. Menonjolkan nilai tambah yang ditawarkan produk kepada konsumen.

### 2.3 Fungsi Promosi,

Fungsi promosi menurut Shimp (2003) mencakup:

- i. Menyediakan Informasi (Informing): Promosi berfungsi untuk memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen tentang produk atau layanan.
- ii. Membujuk (Persuading): Promosi berperan membujuk konsumen agar memilih produk atau layanan tertentu dibandingkan pesaing.
- iii. Mengingat (Reminding): Promosi membantu konsumen untuk terus mengingat produk, terutama dalam pasar yang kompetitif.
- iv. Meningkatkan Nilai (Adding Value): Promosi dapat menambah nilai produk di mata konsumen melalui penekanan pada kualitas, fitur, atau manfaat tambahan yang ditawarkan.

### **3. Media Sosial**

Media sosial adalah platform yang memanfaatkan teknologi internet untuk memudahkan komunikasi dan interaksi antar pengguna. Media sosial memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi dalam bentuk teks, gambar, audio, atau video, baik dengan individu lain maupun dengan komunitas atau perusahaan (Ramadhan, 2017). Menurut Keller (2012), media sosial telah menjadi sarana efektif bagi konsumen untuk saling berbagi informasi dan pengalaman terkait produk atau layanan.

3.1 Ciri-Ciri Media Sosial dikutip oleh Michael (1984), media sosial memiliki beberapa ciri utama, yaitu:

- i. Informasi yang disampaikan dapat menjangkau banyak orang sekaligus, bukan hanya satu individu.
- ii. Informasi sering kali disebar dengan sangat cepat melalui saluran digital.
- iii. Pengguna memiliki kendali penuh atas waktu dan frekuensi interaksi.

### **4. Manfaat Media Sosial**

Menurut Mackrides & Susan (2011), media sosial menawarkan banyak manfaat bagi perusahaan, termasuk:

- i. Membangun hubungan dengan konsumen.
- ii. Meningkatkan kesadaran merek di pasar.
- iii. Mengelola publisitas dan persepsi publik terhadap produk.
- iv. Meningkatkan efektivitas promosi dengan biaya yang lebih rendah.

- v. Melakukan riset pasar untuk mendapatkan insight dari konsumen.

#### 4.1 Pemasaran Media Sosial

Pemasaran melalui media sosial atau social media marketing adalah salah satu strategi pemasaran yang memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produk atau layanan. Proses ini memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan membangun komunitas online yang loyal (Untari & Fajariana, 2018). Media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube digunakan oleh banyak bisnis sebagai sarana utama untuk kampanye pemasaran digital.

### 5. Instagram

#### 5.1 Pengertian Instagram

Instagram adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital, dan membagikannya dengan pengguna lain melalui jaringan sosial. Menurut Dwi (2012), Instagram merupakan salah satu platform yang banyak digunakan oleh pebisnis untuk memasarkan produk atau layanan mereka secara visual.

#### 5.2 Keunggulan Instagram

Instagram memiliki beberapa keunggulan sebagai platform pemasaran digital, antara lain:

- i. Mudah dipahami oleh berbagai kalangan pengguna.
- ii. Menawarkan kemudahan dalam penggunaan dan interaksi.
- iii. Memudahkan dalam menyampaikan informasi visual secara menarik dan langsung kepada konsumen (Anjani dan Irwansyah, 2020).

#### 5.3 Fitur-Fitur Instagram

Berdasarkan Handbook Dwi (2012), Instagram memiliki berbagai fitur yang mendukung kegiatan pemasaran, antara lain:

- i. Instagram Story (Instastory)
- ii. Instagram Live
- iii. Instagram Reels

- iv. IG TV
- v. Instagram Ads
- vi. Direct Message (DM)
- vii. Explore
- viii. Profile
- ix. Instagram Saved Post

Dalam penelitian ini, fokusnya adalah pada penggunaan Instagram oleh akun @safeFestival sebagai media promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung acara. Aktivitas promosi termasuk penggunaan gambar vector, repost konten dari pengguna, unggahan foto dan video yang konsisten, serta postingan interaktif. Melalui strategi ini, diharapkan jumlah pengunjung Safe Festival di Selter Tirtonadi akan meningkat secara signifikan.

## 6. Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini penulis fokus terhadap media sosial Instagram dengan akun @safeFestival sebagai sarana promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Berikut merupakan kerangka untuk memperjelas alur pemikiran;





Peningkatan jumlah pengunjung Safe  
Festival di Convention Hall Tirtonadi

Akun @safefestival melakukan promosi menggunakan Instagram dengan menambahkan ilustrasi pada foto-foto yang diunggah, mengunggah ulang postingan pengunjung yang menandai akun @safefestival, mengunggah photo dan video yang konsisten dan mengunggah postingan yang interaktif dimana pengikut akun @safefestival dapat melakukan interaksi seperti komen, menjawab pertanyaan yang dilakukan oleh akun @safefestival. Dari kegiatan tersebut, penulis melakukan analisis menggunakan teori Pemasaran, Promosi, Media Sosial, Manfaat Media Sosial, dan Instagram hingga kemudian menemukan hasil pada Peningkatan Jumlah Pengunjung Safe Festival di Convention Hall Tirtonadi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Hasil Sejarah**

Safe Festival merupakan event yang beridiri pertama kali pada 12 oktober 2014. Pada mulanya Safe Festival merupakan festival musik yang menghadirkan band-band lokal yang dipentaskan secara berpindah atau *road show*. Festival pertama yang diselenggarakan oleh Safe Festival adalah Kabupaten Karanganyar, Kabupaten Sragen, Kabupaten Wonogiri Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Klaten, dan Kabupaten Boyolali yang mengahdirkan 28 band-band se Solo raya.

Pada event pertama diselenggarakan, harga tiket masuk event sebesar 15 ribu rupiah kemudian terus berubah karena ada beberapa faktor yang mempengaruhi harga masuk seperti harga sewa vanue, harga sewa alat penunjang kegiatan, lamanya penyelenggaraan dan jarak lokasi vanue. Seiring berjalanya waktu Safe Festival mulai beradaptasi dengan menghadirkan stand-stand makanan kemudian menghadirkan penjualan pakaian bekas atau biasa di sebut *thrifting* yang menargetkan kalangan muda dari usia 17 hingga 35 tahun.

Gambar 4.1 Akun Instagram Safe Festival

Sumber : [instagram.com/safefestival/](https://www.instagram.com/safefestival/)



Sejak awal berdiri Safe Festival telah menggunakan Instagram sebagai media promosi dan merekrut band lokal untuk ikut serta dalam even tersebut, kemudian memanfaatkan rekomendasi untuk memperbanyak partisipan dalam event tersebut. Seiring berkembangnya waktu banyak band-band dan UMKM yang secara langsung mendaftarkan diri untuk ikut berpartisipasi dalam event Safe Festival.

## 2. Lokasi Penelitian

Lokasi dari penelitian ini ada dua, yang pertama adalah alamat kantor dari Safe Festival yang berlokasi di Rilex Jl. Watukelir - Cawas km 01 Jatingarung, Weru, Sukoharjo, Jawa Tengah. Kemudian yang kedua dilakukan saat *event* Safe Festival berlangsung di *Convention Hall* Tirtonadi yang diselenggarakan pada 4-7 mei 2023.

## 3. Visi dan Misi

### a. Visi

Memberikan ruang untuk *creator* dan UMKM untuk bertumbuh

### b. Misi

- 1.) Menampilkan band-band se Solo raya
- 2.) Mengenalkan Brand UMKM ke masyarakat
- 3.) Membangun kerjasama dan relasi antar UMKM

#### 4. Logo



Safe Festival memiliki akun yang berubah setiap tahunnya sesuai dengan tema yang dibawakan pada saat event tersebut. Hasil dari wawancara penulis dengan pendiri Safe Festival, adanya perubahan tema pada logo ini untuk daya menarik pengguna Instagram, dan menyesuaikan tema dari setiap kegiatan. Persamaan dari setiap logo adalah nama yang sudah lama digunakan yaitu 'Safe Festival'.

##### A. Pembahasan atau Diskusi

Safe Festival merupakan festival musik terdiri dari band-band lokal yang diselenggarakan secara berpindah atau *tour* dari kota-ke kota se Solo raya. Peneliti ingin melihat bagaimana Instagram sebagai media promosi yang digunakan oleh Safe Festival. Pemilik menganggap bahwa Instagram adalah media sosial sekaligus media untuk promosi yang mudah digunakan serta memiliki jumlah pengguna yang cukup banyak sehingga peluang yang diberikan ketika melakukan promosi menggunakan Instagram cukup tinggi. Jumlah *followers* dari akun Instagram Safe Festival 48.100 pengikut sejak tahun 2014. Jumlah ini terus bertambah seiring dengan perkembangan Safe Festival dan keaktifan dari Instagram Safe Festival.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan Teknik pengumpulan data observasi, wawancara serta dokumentasi guna mendapatkan data dan informasi terkait topik penelitian. Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan, dan mendapatkan pokok-pokok hasil wawancara sebagai berikut:

- 1.) Wawancara dengan pemilik Safe Festival Peter Muda, untuk mendapatkan informasi penggunaan Instagram untuk media promosi guna meningkatkan jumlah pengunjung.

Narasumber memberikan informasi bahwa Instagram digunakan sebagai media promosi karena jumlah pengguna Instagram banyak, Instagram mudah untuk digunakan serta Instagram harus memiliki ciri khas untuk menarik pengguna Instagram agar mengunjungi akun tersebut.

- 2.) Wawancara dengan admin Instagram Safe Festival Agshala Akbar Priananda Muda untuk mendapatkan informasi penggunaan Instagram untuk media promosi guna meningkatkan jumlah pengunjung. Narasumber memberikan informasi bahwa Instagram digunakan sebagai media promosi harus aktif melakukan interaksi dengan follower, rajin memposting, konten yang di post haruslah memiliki cerita yang mampu menarik pengguna Instagram serta penggunaan vector sebagai ciri khas akan membuat ingatan yang melekat bagi pengguna Instagram.
- 3.) Wawancara dengan pengunjung Safe Festival seorang mahasiswa Deni Setiawan berusia 21 tahun, mendapatkan informasi penggunaan Instagram untuk media promosi guna meningkatkan jumlah pengunjung. Narasumber memberikan informasi bahwa Instagram dari Safe Festival sangat menarik karena konten yang diposting sangat atraktif, pada setiap photo yang diposting seperti berbicara dan memiliki cerita. Adanya ilustrasi sangat menarik.
- 4.) Wawancara dengan pengunjung Safe Festival seorang wirasuwasta Ani Maulani berusia 27 tahun, mendapatkan informasi penggunaan Instagram untuk media promosi guna meningkatkan jumlah pengunjung. Narasumber memberikan informasi bahwa Instagram dari Safe Festival sangat informatif, dalam setiap postingan sangat mudah mendapatkan informasi terkait kegiatan yang dilaksanakan seperti jadwal dan isi dari rangkaian acara.
- 5.) Wawancara dengan pengunjung Safe Festival seorang siswa SMA, Muhammad Raffi Ibrahim yang berusia 17 tahun, mendapatkan informasi penggunaan Instagram untuk media promosi guna meningkatkan jumlah pengunjung. Narasumber memberikan informasi bahwa Instagram dari Safe Festival sangat interaktif dari adanya repost dan juga membalas setiap interaksi dari pengunjung Instagram. Selain itu konten sangat menarik dengan tema yang unik dan berbeda dalam setiap event yang disesuaikan dengan postingan.

Instagram sebagai media promosi yang digunakan oleh Safe Festival tentunya memiliki tatacara untuk menyampaikan pesan kepada calon customer untuk tercapainya tujuan promosi. Menggunakan Instagram sebagai media promosi dianggap lebih mudah dan murah karena penggunanya yang banyak dibandingkan sosial media yang lain. Hal ini yang melatarbelakangi Safe

Festival menggunakan Instagram sebagai media promosi. Setiap harinya akun Instagram Safe Festival akan membuat insta-story dengan isi yang beragam, seperti melakukan tanya jawab dan polling dalam fitur Instagram kemudian memberikan sebuah informasi mengenai Safe Festival. Saat event berlangsung, postingan akan lebih beragam seperti merepost postingan pengunjung serta dokumentasi selama kegiatan, tidak hanya itu, Instagram memiliki fitur analitik terhadap view dan interaksi dengan penonton sehingga dapat memberikan data kepada pengguna konten yang paling menarik perhatian pengguna Instagram.

Strategi yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*), yaitu proses pemilahan segmen pasar yang mana menargetkan usia 15-46 tahun, dengan target laki-laki dan perempuan yang diutamakan Gen Z dan Milenial. Festival yang menjual baju *trifling* atau baju bekas *branded* dengan harga yang jauh lebih murah dibandingkan produk barunya memiliki segmen yang sangat tinggi, terlebih lagi lokasi festival di *Convntion Hall Tirtanadi* yang sangat strategis. Dimana berada tepat di atas terminal dan tersambung oleh stasiun kereta melalui *sky brige* memudahkan pengunjung untuk ikut berpartisipasi dalam acara tersebut. Untuk meningkatkan jumlah pengunjung Safe Festival melakukan promosi menggunakan media sosial Instagram, Instagram dipilih karena memiliki kelebihan dimana Instagram lebih sederhana dibandingkan media sosial lainnya sehingga digunakan oleh semua kalangan. Instagram sangat erat kaitannya dengan fungsi-fungsi didalam promosi. Fungsi-fungsi promosi yang diimplementasikan oleh Safe Festival meliputi membujuk, menambah nilai, mengingatkan, memberikan informasi;

#### 1.) Membujuk (*Persuading*)

Safe Festival menggunakan Instagram dalam membujuk *followernya* agar tertarik dengan konten yang diposting. Dari konten yang mendatangkan pengunjung online tentunya akan memberikan korelasi terhadap kedatangan pengunjung acara secara offline. Fitur yang dimiliki oleh Instagram berupa foto dan video yang diambil selama kegiatan berlangsung, kemudian postingan yang berisikan ilustrasi dalam bentuk *vector* berupa tulisan, orang yang sedang melakukan kegiatan seperti berbelanja, menari, mendengarkan musik tentunya memberikan dampak membujuk *follower* untuk mengunjungi acara Safe Festival. Foto dan Video yang diposting berisikan acara dan keasikan pengunjung yang menikmati acara Safe Festival, seperti pengunjung yang sedang berbelanja baju *trifling*, orang yang datang bersama keluarganya untuk menikmati musik, dan segala aktifitas yang ada dalam rangkaian acara Safe Festival.

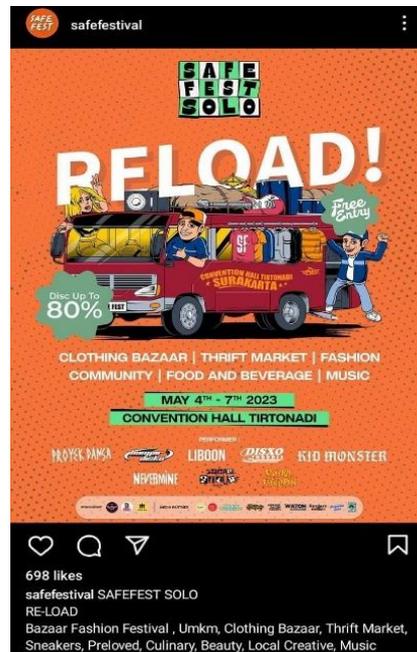
Gambar 4.2 Postingan kegiatan Safe Festival

Sumber : [instagram.com/safefestival/](https://www.instagram.com/safefestival/)



Gambar 4.3 Postingan ilustrasi Safe Festival

Sumber : [instagram.com/safefestival/](https://www.instagram.com/safefestival/)



Gambar 4.4 Postingan kegiatan Safe Festival

Sumber : [instagram.com/safefestival/](https://www.instagram.com/safefestival/)



## 2.) Menambah Nilai (*Adding Value*)

Upaya untuk menambah nilai atau *value* dimata *followers* Safe Festival selalu melakukan *repost insta-story* dari pengunjung yang datang dalam *event* Safe Festival, selain itu Safe Festival akan memposting foto dan video orang-orang yang datang ke acara Safe Festival dalam *story*-nya.

Gambar 4.4 Repost oleh Safe Festival

Sumber : [instagram.com/safefestival](https://www.instagram.com/safefestival)



Upaya ini terbukti membuat banyak akun pribadi memposting kegiatan selama

menghadiri Safe Festival dan memberikan tag kepada akun Instagram dari Safe festival. Akun pribadi ini tentunya memiliki follower yang berbeda dengan Safe festival, potingan akun pribadi ini secara tidak langsung akan membantu promosi dari *event* Safe Festival. Semua Instagram pribadi yang memposting kegiatan akan di repost oleh akun Safe Festival, namun untuk Feed, Safe Festival akan memilih konten yang dinilai selaras dengan tema serta keserasian dari postingan sebelumnya untuk menjaga kualitas konten dari akun Safe Festival.

Bagi para pengunjung repost merupakan bentuk dihargai dan merasa dekat dengan event Safe Festival. Hal ini membuat pengunjung yang telah datang pada event sebelumnya akan datang kembali pada event yang akan datang sehingga segala aktivitas ini akan menambah value dari Safe Festival.

### 3.) Mengingat (Reminding)

Setiap produk yang telah ada dan telah di promosikan di awal terus di promosikan secara berulang baik dengan konten yang sama maupun konten yang berbeda untuk mengingatkan konsumen guna membeli produk tersebut. Menjelang pra-event Safe Festival, teurs aktif secara rutin memposting jadwal kegiatan, rangkaian acara serta cara berpartisipasi dalam event tersebut. Postingan yang dilakukan oleh Safe festival antara feed dan instastory tentunya memiliki perbedaan. Dalam postingan untuk feed, memiliki keserasain dengan postingan sebelumnya, keserasian berupa photo berupa ilustrasi yang berisikan informasi yang di posting sekali namun di ulang didalam caption. Sedangkan untuk insta-story memiliki informasi yang lebih beragam, seperti pengulangan tanggal event, rangkaian acara serta cara mendaftar. Kedua metode tersebut memiliki dampak untuk memberikan memori kepada pengunjung Safe Festival saat singgah di akun instagram Safe Festival.

Gambar 4.4 Unggahan oleh Safe Festival

Sumber : [instagram.com/safefestival/](https://www.instagram.com/safefestival/)



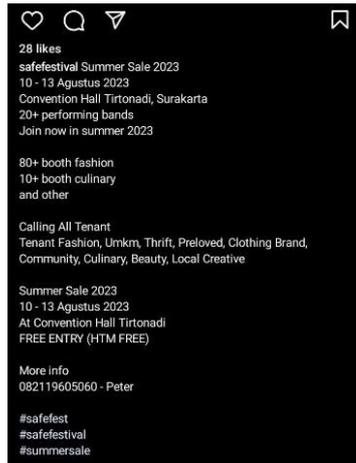
Gambar 4.4 Unggahan oleh Safe Festival

Sumber : [instagram.com/safefestival/](https://www.instagram.com/safefestival/)



Gambar 4.4 *Caption* Postingan Safe Festival

Sumber : [instagram.com/safefestival/](https://www.instagram.com/safefestival/)

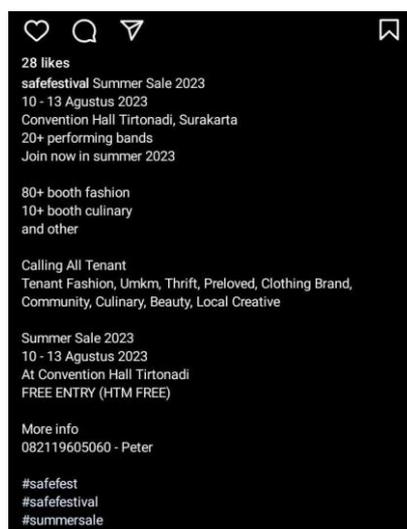


#### 4.) Memberikan Informasi (*Informing*)

Informasi yang diebrikan oleh Safe Festival sangat mendetali kepada konsumen sehingga konsumen mampu memahami seluruh rangkaian kegiatan yang ada di Safe festival. Informasi ini meliputi tanggal diselenggarakannya, tempat, waktu, band-band yang akan menghadiri, harga tiket masuk, dan cara mendaftar untuk berpartisipasi dalam event tersebut.

Gambar 4.4 *Caption* Postingan Safe Festival

Sumber : [instagram.com/safefestival/](https://www.instagram.com/safefestival/)



Safe Festival membrikan informasi melalui postingan dan juga caption. Didalam Caption

dijelaskan mengenai tema yang sedang dilaksanakan karena pada setiap pagelaran, tema yang digunakan berbeda. Seperti Safe Festival yang akan diselenggarakan 10-13 Agustus 2023 di Convention Hall Tirtonadi menggunakan tema *summer*. Kemudian di infomrasikan mengenai band yang berjumlah lebih dari 20 band, 80 lebih *booth* untuk *fashion*, lebih dari 10 *booth* untuk makanan, ajakan untuk bergabung dalam Safe Fetsival serta memberikan informasi, dan *contact person* untuk informasi lanjutan. Sebelum event ini berlangsung selama promosi dilakukan Safe Festival juga memberikan informasi terkait keterbukaan UMKM dari berbagi bidang untuk berpartisipasi. Guna mempermudah komunikasi, Safe Festival memberikan *contact person* di dalam *caption*, meskipun telah diberikan *contact person*, Safe Festival selalu membalas segala pertanyaan didalam komentar dan juga *direct message*.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Instagram sebagai media promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung di Safe Festival Convention Hall Tirtonadi dinilai efektif dengan meningkatnya pengunjung dari 5000 di tahun 2021 menjadi 8500 di tahun 2022. Instagram Safe Festival memanfaatkan berbagai fungsi promosi dengan menggunakan visual unik dengan menambahkan ilustrasi dalam setiap postingannya. Untuk menciptakan ikatan dengan pengunjung, Safe Festival melakukan repost konten dari pengunjung di Instagram, baik di insta-story maupun feed, kemudian membalas DM dan *comment* dari setiap postingan di instagram sehingga terjalin ikatan emosional dengan pengunjung. Memposting secara berulang yang dilakukan oleh Safe Festival mampu mengingatkan follower instagram Safe Festival sehingga mereka terus update dan datang ke event yang diselenggarakan oleh Safe Festival.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis akan mengemukakan saran yang berkaitan dengan promosi dari Safe Festival, meliputi adanya logo yang pasti bagi Safe Festival meskipun dengan tema yang berbeda, Seperti penggunaan *font* yang tetap namun warna yang berbeda sehingga pengguna akan tau bahwa logo ini adalah logo milik Safe Festival, kemudian penambahan ads untuk menjangkau lebih luas pengguna *Instagram* yang tepat sasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achrol, R.S. & Kotler, P. (2012). Frontiers of The Marketing Paradigm in The Third Millennium. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 40, 35-52.
- Anjani, S., & Irwansyah, I. (2020). Peranan Influencer dalam Mengkomunikasikan Pesan di Media Sosial Instagram [the Role of Social Media Influencers in Communicating Messages Using Instagram]. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 203-229.
- Anton, C., Young, J., Harrison, P. A., Musche, M., Bela, G., Feld, C. K., ... & Settele, J. (2010). Research Needs for Incorporating The Ecosystem Service Approach into EU Biodiversity Conservation Policy. *Biodiversity and Conservation*, 19, 2979-2994.
- Dwi, A. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Farah, and Aswad. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pakaian Thrifting Di Toko Thriftshop Sidoarjo." *Jurnal Nusantara* 1.
- Hermawan, H. (2012). *Biodegradable Metals: from Concept to Applications*. Springer Science & Business Media.
- Keller, R. (2012). *Doing discourse Research: An Introduction for Social Scientists*.
- Kemenkes. 2022. "Strategi Komunikasi Kesehatan Pencegahan Lonjakan Kasus COVID-19 Dalam Youtube

Kemenkes RI.” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(3), 4-5.

- Kurniaputri. 2022. “). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA LITERASI BAGI MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM FAKULTAS ILMU TARBIYAH UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA TAHUN AKADEMIK 2022/2023.”
- Mackrides, P.S. & Susan J. Ryherd, E. (2011). Screening for Developmental Delay. *American Family Physician*, 84(5), 544-549.
- Mahdi. 2022. “Pengguna Media Sosial Di Indonesia Capai 191 Juta Pada 2022.”
- Michael. (1984). *Ecological Methods for Field and Laboratory Investigations*. New Delhi: Company Limited.
- Miles, Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, and Johnny Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. United Kingdom.
- Raharja, Fujiawati. 2021. “Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Sebagai Media Penyajian Kreasi Seni Dalam Pembelajaran,.” *JPKS (Jurnal Pendidikan dan Kajian Seni)* 1.
- Ramadhan, Z. (2017). Plagiarism in Master of Education Studies at Selected East African Universities (*Doctoral dissertation*, Nelson Mandela University).
- Sari. 2024. “Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan. Penggunaan Media Sosial Instagram @Makanansmr Sebagai Media Informasi Kuliner Kota Samarinda, 9(10).”
- Shimp. (2003). *Periklanan Promosi, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, F. (2011). Brand Registration and Usage in Selected FMCG Markets in Indonesia 1914 to 2007: A Study of Brands and Branding in A Transitional Economy (*Doctoral dissertation*, UNSW Sydney).
- Untari, and Fajariana. 2018. “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik),.”

## LAMPIRAN

### PEDOMAN WAWANCARA

#### 1. Pemilik Safe Festival

##### **Media Promosi:**

- a. Bagaimana cara anda selaku pemilik Safe festival dalam mempromosikan event Safe festival anda pada masyarakat luas?
- b. Media promosi apa yang anda gunakan dalam mempromosikan Safe Festival?
- c. Pada Safe Festival hanya instagram yang menjadi media promosi, apakah menurut anda hanya dengan menggunakan Instagram saja dapat menarik minat beli konsumen?
- d. Mengapa memilih instagram untuk dijadikan sebagai media promosi Safe Festsival?

##### **Fungsi Promosi:**

- a. Dalam mempromosikan Safe Festival bagaimana cara anda selaku pemilik untuk membuat calon pengunjung tertarik untuk datang ataupun berpartisipasi dalam acara Safe Festival?
- b. Bagaimana cara anda dalam menambah nilai pada Safe Festival agar Safe Festival bisa terus digelar setiap tahunnya konsumen tertarik dan menyukainya?
- c. Postingan yang seperti apa untuk membujuk orang agar datang ke Safe Festival?

##### **Fitur Instagram:**

- a. Apakah dalam mengupload postingan mengenai Safe Festival anda membuat konsep feed instagram terlebih dahulu?
- b. Mengapa setiap postingan anda menggunakan vector?

#### 2. Wawancara Admin instagram Safe Festival

##### **Media Promosi:**

- a. Bagaimana cara anda selaku pemilik Safe festival dalam mempromosikan event Safe festival anda pada masyarakat luas?
- b. Media promosi apa yang anda gunakan dalam mempromosikan Safe Festival?
- c. Pada Safe Festival hanya instagram yang menjadi media promosi, apakah menurut anda hanya dengan menggunakan Instagram saja dapat menarik minat beli konsumen?
- d. Mengapa memilih instagram untuk dijadikan sebagai media promosi Safe Festsival?

**Fungsi Promosi:**

- a. Dalam mempromosikan Safe Festival bagaimana cara anda selaku pemilik untuk membuat calon pengunjung tertarik untuk datang ataupun berpartisipasi dalam acara Safe Festival?
- b. Bagaimana cara anda dalam menambah nilai pada Safe Festival agar Safe Festival bisa terus digelar setiap tahunnya konsumen tertarik dan menyukainya?
- c. Postingan yang seperti apa untuk membujuk orang agar datang ke Safe Festival?

**Fitur Instagram:**

- a. Apakah dalam mengupload postingan mengenai Safe Festival anda membuat konsep feed instagram terlebih dahulu?
- b. Mengapa setiap postingan anda menggunakan vector?

**3. Pedoman Wawancara**

Pengunjung Safe Festival Convention Hall Tirtonadi Mahasiswa

Karakteristik informan siswa SMA sebagai berikut:

- Nama Informan
  - Usia
  - Pendidikan
  - Domisili
  - Followers Kamayangan Kopi
- a. Apa yang membuat anda tertarik berkunjung ke Safe Festival?
  - b. Menurut anda apakah promosi yang dilakukan oleh Safe Festival melalui instagram dapat menarik pengunjung untuk datang?
  - c. Anda selaku pengunjung sekaligus pengguna instagram, lebih tertarik melihat postingan promosi berupa foto/video/gambar beg (pamflet) lalu mengapa alasannya?
  - d. Apakah informasi yang diberikan terkait promosi yang dilakukan oleh Safe Festival melalui akun instagram @safefest sudah memberikan kepuasan pengunjung?

Wirasuasta/Pekerja

Karakteristik informan siswa SMA sebagai berikut:

- Nama Informan
  - Usia
  - Pendidikan
  - Domisili
  - Followers Kamayangan Kopi
- a. Apa yang membuat anda tertarik berkunjung ke Safe Festival?
  - b. Menurut anda apakah promosi yang dilakukan oleh Safe Festival melalui instagram dapat menarik pengunjung untuk datang?
  - c. Anda selaku pengunjung sekaligus pengguna instagram, lebih tertarik melihat postingan promosi berupa foto/video/gambar beg (pamflet) lalu mengapa alasannya?
  - d. Apakah informasi yang diberikan terkait promosi yang dilakukan oleh Safe Festival melalui akun instagram @safefest sudah memberikan kepuasan pengunjung?

Siswa SMA

Karakteristik informan siswa SMA sebagai berikut:

- Nama Informan
  - Usia
  - Pendidikan
  - Domisili
  - Followers Kamayangan Kopi
- a. Apa yang membuat anda tertarik berkunjung ke Safe Festival?
  - b. Menurut anda apakah promosi yang dilakukan oleh Safe Festival melalui instagram dapat menarik pengunjung untuk datang?
  - c. Anda selaku pengunjung sekaligus pengguna instagram, lebih tertarik melihat postingan promosi berupa foto/video/gambar beg (pamflet) lalu mengapa alasannya?
  - d. Apakah informasi yang diberikan terkait promosi yang dilakukan oleh Safe Festival melalui akun instagram @safefest sudah memberikan kepuasan pengunjung?

### JADWAL WAWANCARA

No	Tanggal	Informan	Keterangan
1.	4 Mei 2023	Peter Muda	pemilik Safe Festival
2.	4 Mei 2023	Agshala Akbar Priananda Muda	admin Instagram Safe Festival
3.	5 Mei 2023	Deni Setiawan	pengunjung Safe Festival seorang mahasiswa, 21 tahun
4.	6 Mei 2023	Ani Maulani	pengunjung Safe Festival seorang wirasuwasta. berusia 27 tahun
5.	7 Mei 2023	Muhammad Raffi Ibrahim	pengunjung Safe Festival seorang siswa SMA, berusia 17 tahun

## TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA

Nama Informan : Peter Muda

Tanggal Wawancara : 4 Mei 2023

Peneliti/Informan	Materi Wawancara
Peneliti	Bagaimana cara yang anda lakukan selaku pemilik Sfae Festival dalam melakukan promosi ?
Informan	Promosi yang saya lakukan menggunakan instagram dengan konten yang telah di konsep sesuai dengan tema, kemudian menggunakan posteryang dipasang di tempat strategis seperti lampu merah dan perempatan.
Peneliti	Dari poster dan Instagram, mana yang lebih efektif untuk mendatangkan pengunjung?
Informan	Tentu saja Instagram, karena di isntagram lebih tepat sasaran sesuai dengan target dari event Safe Festival.
Peneliti	Kenapa memilih sosial media Instagram sebagai media promosi?
Informan	Karena Instagram fiturnya banyak, lebih banyak penggunaanya, dan mudah digunakan
Peneliti	Bagaimana cara anda menambah nilai dari event Safe Festival di Convention Hall Tirtonadi ?
Informan	Cara untuk menambah nilai adalah keaktifan dan membangun konekstifitas dengan pengunjung. Didalam acara sendiri panitia akan menyapa dan membantu pengunjung yang membutuhkan bantuan, memberikan pelayanan yang terbaik. Lalu melalui Instagram, akan membalas komentas dan DM yang masuk melalui akun Instagram.
Peneliti	Untuk menarik minat pengunjung agar datang ke Safe Festival, promosi seperti apa yang dilakukan?

Informan	Yang pertama adalah konsep acara, seperti tema, lalu bintang tamu dan lokasi, tak kalah penting adalah promosi yang dilakukan itu harus massif. Kalau memakai Instagram, tentunya akan postingan setiap hari dengan konsepnya yang selaras dengan tema, warna-warna yang sesuai dengan anak muda, penambahan ilustrasi vector.
Peneliti	Mengapa konsepnya selalu berubah-ubah setiap penyelenggaraanya
Informan	Untuk menyesuaikan dengan trand yang ada, agar tidak monoton.

**TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA**

Nama Informan : Agshala Akbar Priananda Muda  
 Tanggal Wawancara : 4 Mei 2023

<b>Peneliti/Informan</b>	<b>Materi Wawancara</b>
Peneliti	Menurut anda promosi menggunakan poster dan Instagram, mana yang lebih efektif untuk mendatangkan pengunjung?
Informan	Sejuah ini menurut saya Instagram, karena penggunayannya banyak di Instagram lebih tepat sasaran.
Peneliti	Kenapa memilih sosial media Instagram sebagai media promosi?
Informan	Karena Instagram mudah digunakan, banyak penggunaannya.
Peneliti	Bagaimana cara anda menambah nilai dari event Safe Festival di Convention Hall Tirtonadi ?
Informan	Saya sebagai admin akan memberikan respon yang baik kepada followers Safe Festival tentunya, dengan melakukan repost, membalas komentar dan DM yang masuk ke Instagram Safe Festival.
Peneliti	Untuk menarik minat pengunjung agar datang ke Safe Festival, promosi seperti apa yang dilakukan?
Informan	Dari sisi sosial media, tentunya konten dalam setiap postingan, seperti penambahan ilustrasi yang menarik yang sesuai dengan tema yang ada.
Peneliti	Apakah ada jadwal tertentu untuk posting ?
Informan	Tidak ada, yang penting konsisten posting setiap hari saja sih, dan banyak banyak melakukan interaksi.

**TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA**

Nama Informan : Deni Setiawan  
 Tanggal Wawancara : 5 Mei 2023

<b>Peneliti/Informan</b>	<b>Materi Wawancara</b>
Peneliti	Apakah anda mengetahui instagram Safe Festival ?
Informan	Tau
Peneliti	Apa yang membuat anda tertarik datang ke acara Safe Festival?
Informan	Acaranya seru, banyak UMKM yang datang, semuanya murah-murah, konsepnya unik juga.
Peneliti	Apakah anda memiliki Instagram ?
Informan	Iya punya
Peneliti	Menurut anda apakah promosi yang dilakukan oleh Safe Festival melalui Instagram mampu untuk meningkatkan jumlah pengunjung?
Informan	Tentu saja, saya tau ada penyelenggaran acara ini juga melalui Instagram, karena setiap harinya juga saya buka instagram
Peneliti	Sebagai pengunjung Safe Festival dan pengguna Instagram, apakah konten yang diposting oleh Safe Festival menarik?
Informan	Kontennya menarik, dengan tema-tema yang unik juga, foto dan videonya sangat menarik karena banyak candidnya, jadi terkesan alami gitu.
Peneliti	Apakah informasi yang diberikan oleh Safe Festival sudah cukup jelas bagi pengunjung?
Informan	Sudah, setiap postingan ada captionnya, sudah cukup jelas, trus foto yang di post juga dikasih keterangan, jadi menurut saya sangat jelas.

**TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA**

Nama Informan : Ani Maulani  
 Tanggal Wawancara : 6 Mei 2023

<b>Peneliti/Informan</b>	<b>Materi Wawancara</b>
Peneliti	Apakah anda mengetahui instagram Safe Festival?
Informan	Iya tau
Peneliti	Apa yang membuat anda tertarik datang ke acara Safe Festival?
Informan	Ada trifting baju yang murah-murah, ada music dari band-band, banyak barang yang masih bagus tapi harganya di bawah standar.
Peneliti	Menurut anda apakah promosi yang dilakukan oleh Safe Festival mampu untuk meningkatkan jumlah pengunjung?
Informan	Menurut saya iya, karena saya banyak orang yang posting kegiatan di Safe Festival, kemudian banyak follower yang nge-tag temanya di postingan Safe Festival, termasuk saya. Sehingga informasinya kan lebih cepat tersebar.
Peneliti	Sebagai pengunjung Safe Festival dan pengguna Instagram, apakah konten yang diposting oleh Safe Festival menarik?
Informan	Sejauh ini seluruh kontennya bagus-bagus dan sangat menarik menurut saya. Unik-unik dengan warna warna yang tegas.
Peneliti	Apakah informasi yang diberikan oleh Safe Festival sudah cukup jelas bagi pengunjung?
Informan	Jelas sih, informasi yang disebarkan lewat postingan feed, trus caption semuanya jelas dan lugas. Saya tidak bingung sama postingannya.

## TRANSKRIP REKAMAN WAWANCARA

Nama Informan : Muhammad Raffi Ibrahim

Tanggal Wawancara : 7 Mei 2023

<b>Peneliti/Informan</b>	<b>Materi Wawancara</b>
Peneliti	Apakah anda mengetahui instagram Safe Festival?
Informan	Iya saya tau
Peneliti	Apa yang membuat anda tertarik datang ke acara Safe Festival?
Informan	Karena ada bazar trifting yang di isi oleh banyak penjual trifting se solo raya. Selain itu ada pertunjukan band-band.
Peneliti	Menurut anda apakah promosi yang dilakukan oleh Safe Festival mampu untuk meningkatkan jumlah pengunjung?
Informan	Iya, karena saya tau penyelenggarannya di Convention Hall Tirtonadi pun melalui Instagram.
Peneliti	Sebagai pengunjung Safe Festival dan pengguna Instagram, apakah konten yang diposting oleh Safe Festival menarik?
Informan	Sangat menarik, anak muda sekali dan tidak monoton.
Peneliti	Apakah informasi yang diberikan oleh Safe Festival sudah cukup jelas bagi pengunjung?
Informan	Sudah cukup jelas, baca caption atau postingan pun pasti langsung paham.