BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

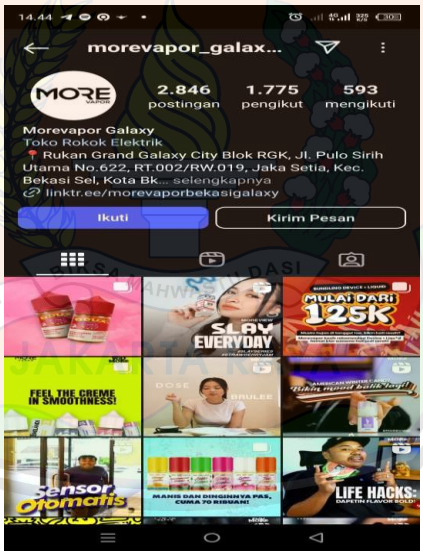
@morevapor.galaxy_bekasi adalah toko vape yang menjual semua produk dan kelengkapan vape yang dibutuhkan untuk para konsumen vape.@morevapor.galay_bekasi memanfaatkan media sosial instagram sebagai alat komunikasi dan promosi , dengan memanfaatkan Instagram more vapor bisa berinteraksi dan berkomunikasi dengan para konsumen dan memberikan atau menukar informasi mengenai seputar vape dan kebutuhan. selain itu more vapor bisa menginformasikan kepada konsumen mengenai promo , event ataupun kegiatan yang ada di @morevapor.galaxy_bekasi , dengan begitu konsumen menjadi tahu dan mendapatkan informasi. @morevapor.galaxy_bekasi memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana promosi dengan memanfaatkan media sosial Instagram promosi menjadi lebih efektif dan hemat biaya dan juga dapat menjangkau audiens yang lebih luas, selain menjadi sarana promosi Instagram juga digunakan untuk berkomunikasi dengan pelanggan. dengan memanfaatkan fitur – fitur yang ada pada platfom instagram dengan memanfaat media sosial instagram @morevapor.galaxy_bekasi tidak perlu mengeluarkan biaya yang mahal , dan fleksibel untuk menjangkau konsumen. Dengan adanya fitur – fitur instagram more vapor menambahkan content – content yang menarik yang dapat berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan menggunakan fitur yang dapat berinteraksi secara langsung dengan pelanggan. konsumen atau pelanggan mengunjungi profil instagram dan datang ke toko more vapor galaxy bekasi karena ketertarikannya dengan caranya more vapor galaxy bekasi memasarkan produk melalui media sosial instagram tersebut tidak membosankan dan tidak monoton dengan content – content yang menarik.

@morevapor.galaxy_bekasi dapat membangun komunitas di Instagram dengan memposting konten yang relevan bagi para penggemar vaping. misalnya,

Pemanfaatan Media.., Aldhi Ariansyah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

mereka dapat membagikan tips seputar vaping, memperkenalkan produk baru, atau bahkan mengadakan diskusi terbuka tentang tren dan gaya vaping. Ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat hubungan antara mereka dan pelanggan. Instagram memungkinkan more vapor galaxy bekasi untuk berbagi informasi produk terbaru, promosi, dan penawaran khusus secara cepat dan langsung ke audiens. stories dan Reels juga menjadi sarana efektif untuk menginformasikan diskon atau acara tertentu, sehingga dapat mendorong lebih

banyak kunjungan ke toko dan meningkatkan penjualan. dengan mengoptimalkan penggunaan Instagram melalui konten yang menarik dan interaktif, more vapor galaxy bekasi dapat meningkatkan brand awareness, membangun komunitas lokal yang loyal, dan secara langsung mengarahkan lebih banyak pelanggan ke toko mereka.



Gambar 1.1 Akun Instagram @morevapor_galaxy.bekasi

@morevapor.galaxy_bekasi memberikan konten yang menarik didalam Instagram untuk menarik konsumen dan minat beli , selain menarik konsumen konten tersebut juga bisa dijadikan sebagai informasi mengenai seputaran vape dan produk nya yang ada di @morevapor.galaxy_bekasi selain itu dengan konten yang di post oleh @morevapor.galaxy_bekasi yaitu menjadi alat untuk berinteraksi dengan konsemen dengan menggunakan fitur - fitur yang ada dalamnya seperti fitur koment. Dengan memanfaatkan fitur yang ada pada Instagram

@morevapor.galaxy_bekasi bisa berinteraksi dan berkomunikasi dengan konsumen dan mendapatkan feedback dari konsumen. Peneliti teratrik meneliti @morevapor.galaxy_bekasi dikarenakan @morevapor.galaxy_bekasi memanfaatkan media sosial instagram untuk alat komunikasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen sehingga terjalin lah hubungan jangka panjang dengan konsumen. selain itu @morevapor.galaxy_bekasi juga memanfaatkan media sosial instagram untuk mempromosikan kebutuhan dan produk mereka di media sosial instagram melalui postingan yang diunggah sehingga informasi tentang @morevapor.galaxy_bekasi sampai kepada audiens dan untuk meningkatkan penjualan , minat beli.

Instagram sangat penting bagi @morevapor.galaxy_bekasi sebagai alat untuk mempromosikan produk dan membangun hubungan dengan audiens yang lebih luas. Instagram memungkinkan @morevapor.galaxy_bekasi untuk menjangkau audiens yang berada di area lokal dan sekitar, yang penting untuk toko fisik. Dengan menggunakan postingan dan Stories, more vapor galaxy bekasi dapat memperkuat kehadiran merekai, menarik pelanggan yang berada di wilayah Bekasi maupun diluar bekasi.



Gambar 1.2 Akun Instagram @morevapor_galaxy.bekasi

Melalui foto dan video berkualitas, more vapor galaxy dapat menampilkan berbagai produk dan aksesoris yang mereka tawarkan, seperti perangkat vaping, liquid, dan aksesori lainnya. Konten visual yang menarik ini dapat menarik perhatian pengguna Instagram yang tertarik pada produk serupa dan membangun

brand awareness di kalangan calon pelanggan. Instagram menyediakan fitur-fitur interaktif, seperti polling, Q&A, dan quiz di stories, yang dapat digunakan more vapor galaxy bekasi untuk berkomunikasi langsung dengan audiens. Ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan tetapi juga memungkinkan pelanggan untuk memberikan masukan, sehingga mereka dapat lebih memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan mereka.

Perlunya menganalisis bagaimanai @morevapor.galaxy_bekasi memanfaatkan komunikasi pemasaran digital melalui Instagram sangat penting untuk mengoptimalkan komunikasi pemasaran sehingga dapat berinteraksi secara langsung dengan konsumen dan strategi penualan.Instagram membantu @morevapor.galaxy_bekasi memahami demografi audiens lokal di bekasi, seperti rentang usia, minat, dan perilaku. Wawasan ini memungkinkan mereka untuk menyesuaikan konten yang lebih relevan dengan kebutuhan dan preferensi pasar lokal, memastikan promosi mereka lebih tepat sasaran dan menarik perhatian pelanggan di area Bekasi maupun diluar bekasi. Perlunya agaimana @morevapor.galaxy_bekasi memanfaatkan komunikasi pemasaran digital di Instagram memungkinkan mereka menyusun strategi berbasis data yang lebih efektif. Dengan memahami audiens, menilai kinerja konten, dan memanfaatkan fitur Instagram secara optimal, mereka dapat memperluas jangkauan, meningkatkan engagement, dan memperkuat brand presence di bekasi, yang pada akhirnya akan mendorong penjualan dan loyalitas pelanggan di pasar lokal.

Instagram telah menjadi alat komunikasi yang sangat efektif bagi bisnis dan individu. dengan fokus pada konten visual seperti foto, video, dan story, Instagram memungkinkan pengguna untuk menyampaikan pesan mereka secara kreatif dan menarik.Instagram tidak hanya berfungsi sebagai platform sosial, tetapi juga sebagai alat yang kuat untuk strategi komunikasi dan pemasaran bisnis.Bisnis di Indonesia melaporkan bahwa media sosial Instagram membantu meningkatkan brand awareness dan penjualan, terutama dengan fitur-fitur seperti Instagram Shopping, Stories, dan Reels yang dapat digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas.Sebanyak 52% pengguna Indonesia pernah melakukan pembelian produk langsung dari Instagram atau terinspirasi untuk membeli setelah melihat

produk di platform tersebut. Sekitar 70% bisnis di seluruh dunia menggunakan Instagram sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka. Selain itu, 80% pengguna Instagram mengikuti setidaknya satu akun bisnis, menunjukkan bahwa pengguna Instagram cukup terbuka terhadap interaksi dengan merek. Popularitas ini juga diperkuat oleh fitur iklan yang canggih, kolaborasi dengan influencer, dan opsi interaksi seperti Stories, Reels, dan Live yang memungkinkan brand untuk tetap terhubung dengan audiens secara dinamis dan kreatif. Secara keseluruhan, Instagram telah terbukti efektif dalam meningkatkan jangkauan, keterlibatan, dan konversi bagi bisnis, terutama di industri ritel, feshion, kecantikan, dan kuliner. Di Indonesia, platform ini sangat populer dan memainkan peran penting dalam strategi pemasaran digital banyak Perusahaan (Linda et al., 2024).

Promosi di Instagram membantu perusahaan dalam meningkatkan penjualan dengan menyampaikan pesan tertentu tentang produk kepada konsumen. Dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram perusahaan dapat meningkatkan Brand Trust dan memperluas jangkauan informasi.Secara keseluruhan, Instagram menjadi alat yang efektif untuk memperluas penyebaran informasi dan peluang bisnis dalam pengenalan produk.Pemasaran secara online melalui media sosial menjadi salah satu model bisnis dijaman sekarang yang berkembang dengan sangat pesat dan banyak diminati oleh para pembisnis atau perusahaan maka dari itu platfom media sosial sangat membantu sekali untuk memasarkan ataupun mempromosikan barang ataupun poruduk (Rizqy et al., 2024).

Instagram memiliki kemampuan untuk meningkatkan engagement dan membangun hubungan yang lebih dekat antara merek dan audiens melalui beberapa cara interaksi Personal Instagram menyediakan jenis komunikasi yang lebih personal memungkinkan pemasar untuk lebih memahami kebiasaan pelanggan dan membuat keterikatan yang lebih kuat dengan aktivitas pengguna. Pengguna dapat melakukan banyak hal, seperti mengikuti, menyukai, dan mengomentari konten, yang meningkatkan interaksi antara audiens dan merek. Konten Menarik Penggunaan foto dan video yang menarik dapat meningkatkan visibilitas produk dan menarik minat pelanggan, yang berkontribusi pada interaksi yang lebih baik.

Instagram menyediakan fitur fitur yaang mendukung pemasaran digital meliputi Instagram Stories, Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video yang akan hilang setelah 24 jam, memberikan cara yang menarik untuk berbagi konten secara temporer dan meningkatkan interaksi dengan audiens. Instagram Reels Meskipun tidak disebutkan secara eksplisit dalam kutipan, Reels adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk membuat video pendek yang dapat menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan, sejalan dengan tren konten video yang sedang berkembang. Hashtags pengunaan hashtag membantu dalam menarik perhatian konsumen dan memudahkan pencarian konten, sehingga meningkatkan visibilitas produk dan interaksi dengan audiens. ada juga Instagram Feed, feed Instagram memungkinkan pengguna untuk menampilkan konten secara teratur, memberikan gambaran jelas tentang produk dan memudahkan konsumen untuk membuat keputusan pembelian. karakteristik-karakteristik ini menjadikan Instagram sebagai platform yang efektif untuk pemasaran digital (Rizqy et al., 2024).

Strategi Pemasaran Penggunaan galeri foto, testimonial, dan hashtag membantu menarik perhatian pelanggan dan membangun hubungan yang lebih dekat. dengan demikian, Instagram berfungsi sebagai platform yang efektif untuk meningkatkan engagement dan membangun hubungan yang lebih dekat antara merek dan audiens. Instagram telah menjadi salah satu platform utama bagi bisnis untuk berinteraksi dengan audiens dan memasarkan produk atau layanan mereka, baik secara global maupun di Indonesia (Watajdid et al., 2021).

Komunikasi visual dan interaktif merupakan kunci utama dalam pemasaran di Instagram karena platform ini berbasis konten visual yang menarik perhatian audiens. Instagram adalah platform yang sangat visual, sehingga kualitas gambar atau video sangat penting. Konten yang menarik secara visual, seperti foto produk yang estetis atau video pendek yang informatif, mampu menarik perhatian pengguna lebih cepat. Dengan kualitas visual yang konsisten dan sesuai identitas merek, bisnis dapat membangun citra yang kuat dan membedakan diri dari kompetitor. Komunikasi visual dan interaktif menjadi kunci dalam pemasaran di Instagram karena platform ini lebih berfokus pada media visual seperti foto dan

video, yang memungkinkan pemasar untuk menyajikan konten yang menarik dan memancing interaksi dari audiens(Rizqy et al., 2024).

konten yang relevan, menarik, dan konsisten dapat meningkatkan kesadaran merek secara signifikan, baik melalui media sosial, blog, ataupun iklan digital. fitur seperti targeted ads juga memungkinkan merek menjangkau segmen audiens yang lebih tepat sasaran. pemasaran digital sering kali lebih terjangkau dibandingkan pemasaran tradisional seperti iklan TV atau cetak. platform seperti Google , Facebook , dan Instagram memungkinkan bisnis mengatur anggaran yang sesuai dan mengoptimalkan promosi untuk mendapatkan hasil maksimal. selain itu, bisnis dapat mengukur secara langsung, memungkinkan mereka menilai efektivitas promosi dan memperbaiki strategi pemasaran (Nugroho & Azzahra, 2022).

Metode storytelling yang memanfaatkan elemen visual dapat meningkatkan keterlibatan pengguna, dan diikuti dengan panggilan untuk bertindak (CTA) untuk menciptakan konversi. Selain itu, Instagram menyediakan jenis komunikasi yang lebih individual, memungkinkan pemasar untuk memahami lebih baik kebiasaan pelanggan dan membangun hubungan yang lebih kuat melalui interaksi seperti mengikuti, menyukai, dan mengomentari. komunikasi visual dan interaktif memainkan peran penting dalam membangun brand awareness, meningkatkan keterlibatan, dan mendorong penjualan. dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti Stories, Reels, Live, dan Shopping, serta konten yang berkualitas dan menarik, bisnis dapat menciptakan pengalaman yang mendalam bagi audiens dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan (Nugroho & Azzahra, 2022).

Popularitas media sosial, khususnya Instagram, sebagai alat pemasaran dapat dijelaskan melalui beberapa faktor. Instagram memiliki lebih dari 90 juta pengguna di seluruh dunia yang menggunakan aplikasi ini sebagai sarana untuk belanja online dan menjadikannya platform yang efektif untuk promosi produk. Instagram juga menyediakan berbagai fitur yang dapat digunakan untuk mencapai berbagai tujuan bisnis, termasuk meningkatkan kesadaran merek, mempromosikan produk, dan mempertahankan pelanggan. Instagram berfungsi sebagai media komunikasi visual yang memungkinkan merek untuk membangun identitas yang kuat dan berinteraksi

dengan konsumen secara langsung, yang sangat penting dalam pemasaran digital saat ini (Linda et al., 2024).

Popularitas media sosial, khususnya Instagram, dapat dilihat dari banyaknya pengguna yang menghabiskan waktu di platform ini, yang memberikan kesempatan bagi merek untuk mengubah pengguna menjadi pelanggan potensial. Selain itu, Instagram dinilai berhasil dalam menyampaikan komunikasi pemasaran, terutama dalam komunikasi visual, yang sangat penting di era digital saat ini. Instagram dirancang untuk berbagi foto dan video, yang sangat efektif dalam menarik perhatian audiens dan membangun identitas visual merek. Visual yang menarik dapat menciptakan kesan yang kuat, membuat produk atau layanan lebih mudah diingat, dan memungkinkan brand untuk menyampaikan pesan mereka secara kreatif (Linda et al., 2024).

Jumlah Pengguna Aktif instagram memiliki lebih dari 2 miliar pengguna aktif bulanan secara global, menjadikannya salah satu platform media sosial terbesar. Tingkat keterlibatan pengguna di Instagram rata-rata lebih tinggi dibandingkan platform lainnya, terutama karena konten visual yang menarik. Tingkat keterlibatan (engagement rate) Instagram tercatat sekitar 1.22% untuk merek-merek besar, dibandingkan Facebook yang hanya sekitar 0.09%. Indonesia menempati posisi keempat dunia dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak, mencapai lebih dari 99 juta pengguna.Mayoritas pengguna Instagram di Indonesia berusia antara 18-34 tahun, kelompok usia yang aktif dan cenderung memiliki daya beli tinggi (Linda et al., 2024).

Media sosial mengubah konsumen menjadi pencipta. Fasilitasi dan agregasi individu tindakan menjadi hasil kolektif yang bermakna melalui percakapan, kreasi bersama, dan tindakan kolektif. Media sosial memungkinkan kolaborasi berkelanjutan seputar ide-ide bersama dari waktu ke waktu dan melintasi ruang.Ketika media sosial semakin menonjol dalam masyarakat saat ini, hukum pemasaran, layanan pelanggan, pengembangan produk, dan pada akhirnya, budidaya masyarakat mengakui peran pelanggan, konsumen, influencer, rekan kerja, pesaing, dan banyak faktor lainnya. Media sosial adalah penyeimbang yang hebat dan oleh karena itu, kita melihat kembali alfabetnya untuk membantu

membangun kerangka kerja sadar sosial yang berfungsi sebagai inspirasi kreatif untuk menemukan orang-orang dan membangun hubungan yang sesuai berfungsi sebagai landasan pembangunan masyarakat. Seperti dalam semua bentuk pemasaran dan komunikasi.

Bisnis beralih dari taktik pemasaran tradisional dan fokus membangun hubungan dengan pelanggan mereka. pentingnya komunitas di media sosial untuk menumbuhkan lingkungan kolaboratif di mana pelanggan merasa dihargai dan didengarkan. fokus pada kepercayaan sebagai komponen kunci hubungan pelanggan tentang perlunya bersikap transparan dan autentik dalam komunikasi. dalam mengembangkan strategi media sosial yang efektif disoroti, khususnya kebutuhan untuk memahami audiens dan menyesuaikan pesan dalam komunikasi mereka. pemasaran yang berkembang di era digital dengan berfokus pada keterlibatan, komunitas, kepercayaan, dan pendekatan terhadap strategi komunikasi pemasaran digital untuk membangun hubungan jangka panjang dengan audiens mereka.

Melalui media sosial, perusahaan dapat memperkenalkan produk atau layanan mereka, membangun citra merek, dan berinteraksi secara langsung dengan pelanggan, yang membantu membangun loyalitas. Selain itu, media sosial memungkinkan analisis data pengguna secara real-time sehingga pemasaran dapat lebih terarah, disesuaikan dengan preferensi, perilaku, dan demografi audiens. fitur seperti iklan berbayar dan influencer marketing juga memungkinkan perusahaan mencapai target pasar spesifik dengan lebih mudah dan cepat, menjadikan media sosial sebagai salah satu alat pemasaran paling strategis di era digital ini (Watajdid et al., 2021).

Perkembangan media sosial dalam pemasaran digital mencakup peran media sosial Instagram yang telah berkontribusi terhadap perkembangan pemasaran digital dengan menjadi media komunikasi pemasaran, meningkatkan kesadaran merek (brand awareness), mempengaruhi keterlibatan dan tingkah laku konsumen, serta menghasilkan data yang mendukung strategi pemasaran. Selain itu, munculnya platform media sosial menciptakan dimensi pemasaran baru yang disebut pemasaran konten sosial, di mana media sosial digunakan sebagai strategi

untuk mempromosikan merek baru dan membangun preferensi. media sosial telah menjadi platform penting untuk pemasaran di berbagai industri karena jangkauannya yang luas, kemampuannya untuk membangun hubungan langsung dengan konsumen, dan fleksibilitasnya dalam menampilkan konten yang beragam. Dengan miliaran pengguna aktif setiap hari, platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn memungkinkan bisnis menjangkau audiens secara efektif dan efisien tanpa batasan geografis(Rizqy et al., 2024).

Komunikasi pemasaran digital sangat penting dalam membangun brand awareness dan meningkatkan penjualan di era yang serba digital ini. pemasaran digital memungkinkan merek menjangkau audiens yang lebih luas di berbagai lokasi, baik lokal maupun internasional. melalui platform seperti media sosial, email, website, dan mesin pencari, merek dapat tampil di hadapan lebih banyak calon pelanggan dibandingkan metode pemasaran tradisional.dengan komunikasi pemasaran digital, bisnis dapat memperkuat identitas merek dan memastikan pesan mereka mencapai audiens target (Riska Utami & Achmad Fauzi, 2023).

Komunikasi pemasaran digital memungkinkan merek untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan melalui komentar, pesan pribadi, atau ulasan. hal ini dapat meningkatkan loyalitas dan keterlibatan *(engagement)* pelanggan, yang sangat penting dalam membangun hubungan jangka panjang. Misalnya, melalui konten interaktif di media sosial, merek bisa mengajak pelanggan ikut berpartisipasi dalam promosi atau memberi feedback. Komunikasi pemasaran digital memungkinkan bisnis untuk lebih mudah memasarkan produk atau layanan mereka dengan strategi yang personalisasi. dengan menggunakan data pelanggan, bisnis dapat merancang promosi yang relevan dengan kebutuhan individu atau kelompok audiens tertentu. bisnis dapat menjangkau kembali calon pelanggan yang pernah mengunjungi situs mereka, yang berpotensi meningkatkan konversi dan penjualan. komunikasi pemasaran digital berperan besar dalam membangun brand awareness dan meningkatkan penjualan. melalui jangkauan yang luas, interaksi yang efektif, pengukuran kinerja, dan fleksibilitas strategi, bisnis dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat dengan audiens dan menumbuhkan kepercayaan pada merek mereka, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan bisnis (Watajdid et al., 2021).

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar di berbagai sektor, mulai dari komunikasi, bisnis. dengan kehadiran teknologi digital, dunia mengalami transformasi signifikan, yang mendukung kemajuan di berbagai sektor, dari ekonomi digital hingga industri. Perkembangan ini memungkinkan efisiensi yang lebih tinggi, meningkatkan pengalaman pengguna, dan membuka peluang inovasi lebih lanjut. perkembangan teknologi digital telah berkembang pesat, mengubah berbagai aspek kehidupan, terutama di bidang komunikasi, ekonomi, dan industri. pemasaran digital didefinisikan sebagai serangkaian proses yang mencakup pembuatan, komunikasi, dan penyampaian nilai kepada pelanggan melalui berbagai media berbasis web, termasuk media sosial (Rizqy et al., 2024).

Penelitian ini penting dilakukan karena strategi komunikasi pemasaran digital, khususnya melalui platform Instagram, merupakan hal yang krusial dalam era digital saat ini. Dengan memahami bagaimana Instagram dapat dimanfaatkan secara efektif untuk mencapai tujuan pemasaran, perusahaan dapat meningkatkan visibilitasnya, menarik lebih banyak pelanggan potensial, dan meningkatkan penjualan.melalui penelitian ini, akan dapat dipelajari berbagai aspek penting, seperti jenis konten yang efektif, waktu posting yang optimal, cara berinteraksi dengan pengikut, penggunaan fitur-fitur Instagram secara kreatif, serta analisis kinerja dan pengukuran keberhasilan kampanye pemasaran. Dengan pemahaman yang baik tentang semua ini, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi pemasaran digital mereka dan mencapai hasil yang lebih baik. dengan demikian, penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga dan kontribusi yang signifikan dalam memahami cara terbaik untuk memanfaatkan Instagram sebagai alat pemasaran yang efektif dalam lingkungan digital yang terus berkembang khususnya untuk bisnis yang serupa yang ingin menggunakan media sosial Instagram secara efektif untuk promosi.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada @morevapor.galaxy_bekasi yang memanfaatkan media sosial instagram untuk mempromosikan produk mereka secara efektif. termasuk penggunaan fitur – fitur di Instagram.

1.3 Pertanyaan Peneliti

Berdasarkan fokus penelitian dan latar belakang diatas yang sudah dijelaskan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana @morevapor.galaxy_bekasi menggunakan instagram untuk membangun komunikasi pemasaran digital.Tujuan penelitan ini yaitu adalah untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram yang telah dipilih sebagai sarana pemasaran oleh more vapor galaxy bekasi.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitan ini yaitu adalah untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram yang telah dipilih sebagai sarana pemasaran oleh more vapor galaxy bekasi.

- **Manfaat Teoritis**

  Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta pandangan tentang ilmu komunikasi yang berkaitan mengenai komunikasi pemasaran dan media sosial.

- **Manfaat Praktis**

  Penelitian ini dapat membantu penulis memahami strategi komunikasi pemasaran digital yang digunakan oleh @morevapor.galaxy_bekasi. Perusahaan dapat manfaat dari penelitian ini untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang sistem komunikasi pemasaran digital yang digunakan untuk meningkatkan penjualan.

  Diharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan pengetahuan tentang komunikasi, khususnya tenteng komunikasi pemasaran digital pada akun @morevapor.galaxy_bekas.