



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024 Page 7543-7556

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Toko Dubai Textile Di Kota Gunungsitoli

Sarah EvaJustin Hulu^{1✉}, Yupiter Mendrofa², Nov Elhan Gea³, Perlindungan F. Hulu⁴

Program Studi Manajemen, Universitas Nias

Email: saraevajustin@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk 1. Untuk mengetahui pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai sarana promosi pada penjualan kain pada Toko Dubai Textile di Kota Gunungsitoli. 2. Untuk mengetahui Dampak Pemanfaatan media sosial *instagram* pada Toko Dubai Textile di Kota Gunungsitoli. 3. Untuk mengetahui kendala pemanfaatan media sosial *Instagram* pada Toko Dubai Textile di Kota Gunungsitoli. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif, Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Dimana responden sebanyak Tujuh orang, satu informan kunci dan enam informan pendukung. Hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai sarana promosi telah dimanfaatkan dengan baik. Konten yang di promosikan yaitu berupa jenis kain yang di sediakan pada toko dubai textile kota gunung sitoli. Fitur – fitur instagram sebagian sudah di manfaatkan oleh akun dubai textile kota gunung sitoli. Dampak yang di peroleh melalui promosi adalah mengalami peningkatan pendapatan setiap tahunnya dan membuat bertambahnya pengunjung. Kendala yang di hadapi Toko Dubai Textile di Kota Gunungsitoli adalah jaringan internet terkadang kurang stabil dan memiliki kesibukan masing masing sehingga tidak efektif dalam melakukan postingan.

Kata Kunci: *Instagram, Promosi, Dubai Textile Kota Gunungsitoli.*

Abstract

This study aims to 1. To find out the use of Instagram social media as a means of promotion in the sale of fabrics at the Dubai Textile shop in Gunungsitoli City. 2. To find out the impact of the use of Instagram social media at the Dubai Textile shop in Gunungsitoli City. 3. To find out the constraints of the use of Instagram social media at the Dubai Textile shop in Gunungsitoli City. The method used in the study is a qualitative method, the data collection technique used is to make observations, interviews and documentation. Where as many as seven respondents, one key informant and six supporting informants. The results of the analysis that have been carried out show that the use of Instagram social media as a means of promotion has been put to good use. The content that is promoted is in the form of a type of fabric provided at the Dubai Textile Shop Gunung Sitoli City. Instagram features are partially utilized by the Dubai Textile account of Gunung Sitoli City. The impact obtained through promotion is to experience an increase in income every year and make visitors increase. The obstacle faced by the Dubai Textile shop in Gunungsitoli City is that the internet network is sometimes less stable and has their respective activities so that it is not effective in posting.

Keyword: *Instagram, Promotion, Dubai Textile Kota Gunungsitoli.*

PENDAHULUAN

Akses terhadap media telah menjadi yang terpenting setiap manusia. Karena kita membutuhkan informasi, hiburan, pendidikan dan akses informasi dari berbagai belahan dunia. Kemajuan teknologi dan informasi serta peralatan industri yang semakin maju telah membawa dunia ke dalam genggamannya kita. Istilah ini sesuai dengan apa yang dikatakan Thomas L. Friedman: Rulli Nasrullah mengutip, dunia itu datar, dunia berkembang, dan setiap orang dapat menggunakan semua sumber daya.

Menurut Loudon (Justitia 2022 : 139) pengertian *E-commerce* yaitu suatu proses transaksi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan.

Digital marketing menurut Kleindl & Burrow (Abdul Rauf, 2021 : 5) adalah proses perencanaan dan implementasi, penetapan harga, promosi dan distribusi ide atau konsep. Pemasaran dapat diartikan lebih sederhana sebagai pengembangan dan pemeliharaan hubungan yang saling memuaskan antara perusahaan dan konsumen.

Media sosial merupakan media online atau media daring yang penggunaannya dapat dengan mudah berpartisipasi dan berinteraksi, bahkan sambil saling berbagi informasi.

Banyak ahli yang mencoba mendefinisikan pengertian media sosial. Istilah media sosial sendiri terbentuk dari dua kata, yakni 'media' dan 'sosial'. media diartikan sebagai alat komunikasi Laughey, McQuail (Fabian Candra 2021 : 13) sedangkan 'sosial' diartikan sebagai

kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. menegaskan bahwa kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan 'sosial' atau dalam arti bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial.

Berdasarkan pengertian dari masing – masing kata tersebut (media dan sosial), dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh penggunaannya dalam proses sosial. Dalam pengertian umum, media sosial adalah media yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara *online* di internet.

Instagram merupakan aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan video pendek, menerapkan filter digital, lalu membagikannya ke berbagai *platform* media sosial, termasuk *Instagram*.

Instagram berasal dari kata "telegram instan" (Putri, 2013; 14). Menurut Bambang, *Instagram* merupakan salah satu aplikasi smartphone yang di rancang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu media digital yang fungsinya hampir sama dengan Twitter, namun yang membedakannya adalah pada bentuk pengambilan foto atau tempat berbagi informasi tentang penggunaannya. *Instagram* juga dapat memberikan inspirasi kepada penggunaannya dan juga meningkatkan kreativitas karena *Instagram* memiliki fitur-fitur yang membuat foto menjadi lebih indah, artistik dan lebih baik (Atmoko, 2012; 10).

Dalam perkembangannya, *Instagram* berubah fungsinya dari sekadar berbagi gambar atau video yang diunggah menjadi platform periklanan. Saat ini Anda bisa menemukan banyak pengguna akun media sosial *Instagram* yang menggunakan akunnya tidak hanya untuk berbagi foto atau video pribadi tetapi juga untuk mengunggah gambar untuk mempromosikan produk. Organisasi, instansi, dan komunitas pun tidak ketinggalan dalam memanfaatkan *Instagram* sebagai alat periklanan di sektor jasa.

Untuk mendorong pesatnya perkembangan merek lokal dan tingginya minat masyarakat terhadap merek lokal, maka di ciptakan lah sebuah *platform* untuk menghadirkan merek-merek lokal terbaik hasil karya anak-anak lokal ke satu tempat untuk memasarkan dan memasarkannya dengan mudah dan cepat. hadirin Tempat dimana kita menemukan banyak merek lokal adalah di toko konsep. Pelopor toko konsep pertama di Indonesia adalah Happy Go Lucky house (@hglhoue), yang didirikan di Bandung pada tahun 2008. Happy Go Lucky House sering berpartisipasi di pasar perkotaan di Indonesia untuk memperkenalkan produknya ke lebih banyak orang, dan baru-baru ini membuka kedua toko offline tersebut . di Makasar. Pemasar membutuhkan media pemasaran yang efektif untuk meningkatkan pangsa pasarnya. Media sosial sebagai alat pemasaran pasti berkaitan dengan komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran mempunyai bauran pemasaran, salah satunya adalah periklanan. Alasan utama seseorang melakukan promosi adalah untuk

dipromosikan.

Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan kemudian agar produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang. Setelah produk banyak dikenal orang, maka hasil penjualan juga meningkat. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Strategi pesan yang efektif adalah suatu pesan yang dapat menyampaikan tujuan promosi.

Demikian halnya pada Dubai Textile yang merupakan toko kain / textile di Kota Gunungsitoli. Dubai Textile memiliki berbagai macam koleksi dan jenis kain yang akan dijual jenis kain yang ada pada Dubai Textile berbagai macam jenis kain seperti kain untuk pernikahan, kain horden, kain seragam hajatan dan lainnya. Dubai Textile juga menawarkan kain-kainnya dengan harga terjangkau dan kualitas terbaik.

Dari hasil pengamatan peneliti Dubai Textile memanfaatkan media sosial *instagram* dalam mempromosikan produk kain yang akan mereka jual. Namun saat ini masih banyak yang belum mengetahui akun media sosial *instagram* yang digunakan oleh Dubai Textile sehingga menjadi salah satu kendala dalam memperkenalkan produk terbarunya. Sehingga konsumen lebih cenderung mendatangi Dubai Textile hanya untuk menanyakan produk produk terbaru di Dubai Textile karena kemungkinan besar mereka tidak memiliki atau mempunyai aplikasi dan akun *instagram* sehingga mereka tidak bisa memanfaatkan aplikasi tersebut dan tidak mengetahui alamat akun *instagram* yang dimiliki oleh Toko Dubai Textile di Kota Gunungsitoli. Dan dengan kendala tersebut mereka lebih suka atau nyaman mendatangi langsung toko kain tersebut yaitu Pada Toko Dubai Textile di kota gunungsitoli. Akun *Instagram* yang digunakan oleh Toko Dubai Textile bernama @dubai. Textile_nias.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Menurut Arikunto (2019: 136), metode penelitian adalah cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan. Jenis-jenis metode penelitian dapat diklarifikasikan berdasarkan tujuan dan tingkat kealamiah objek yang diteliti. Jenis penelitian dan analisisnya (Gunadarma Ilmu 2018: 42-45) penelitian dibedakan menjadi 3 yaitu:

1. Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang datanya adalah data kualitatif sehingga analisisnya juga analisis kualitatif (deskriptif). Penelitian kualitatif merupakan penelitian untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena peristiwa, aktivitas sosial, sikap kepercayaan, persepsi, pemikiran secara individual maupun kelompok.

2. Penelitian kuantitatif, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.
3. Penelitian gabungan kualitatif dan kuantitatif adalah penelitian yang datanya terdiri dari data kualitatif dan data kuantitatif sehingga analisis datanya pun menggunakan analisis data kualitatif dan analisis data kuantitatif.

Berdasarkan pendapat diatas, peneliti menarik kesimpulan bahwa jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif yang digunakan untuk memahami fenomena akurat.

Lokasi Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis memilih lokasi penelitian pada Toko Dubai Textile Kota Gunungsitoli yang beralamat di Jl di ponegoro No 203 Ab, Kota Gunungsitoli.

Instrumen Penelitian

Instrumen adalah alat yang digunakan untuk merekam dan mengumpulkan data atau informasi yang digunakan peneliti untuk menjawab permasalahan yang ada di lapangan. Menurut Sugiyono instrumen utama dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri (Sugiyono, 2014: 223). Instrumen penelitian sebagai alat yang dibutuhkan untuk mengumpulkan informasi oleh peneliti sendiri dengan cara datang kelapangan bertanya langsung kepada informan. Maka yang menjadi instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri.

Untuk mengumpulkan informasi dari informan menurut Syafrida (2021: 45) yaitu dengan pedoman wawancara mendalam terdiri dari daftar informasi yang harus dikumpulkan dan perekam suara. Manfaatnya adalah untuk informasi yang diperoleh melengkapi penelitian dan alat untuk melakukan wawancara informan. Informan dalam penelitian ini yakni : 1 Orang *Manager*, 4 orang karyawan pada Toko Dubai Textile Di Kota Gunungsitoli Dan 2 Orang Konsumen Yang menggunakan aplikasi instagram.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Yusuf (2014:372), keberhasilan pengumpulan data sangat bergantung pada kemampuan peneliti dalam menilai situasi sosial yang diteliti. Peneliti dapat mewawancarai subjek dan mengamati situasi sosial dalam konteks nyata. Peneliti tidak menyelesaikan tahap pengumpulan data sampai peneliti yakin bahwa informasi yang di kumpulkan dari beberapa sumber yang berbeda dan terfokus pada situasi sosial yang diteliti dapat merespon rumusan

masalah penelitian sedemikian rupa sehingga tidak ada yang meragukan kebenarannya dan keandalan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi, Wawancara dan Dokumentasi.

Teknik Analisa Data

Menurut buku Sugiyono karya Miles dan Huberman (2018:246), dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan pada saat pengumpulan data dan untuk jangka waktu setelah pengumpulan data selesai. Kegiatan analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus hingga selesai, ketika data sudah jenuh. Berdasarkan model interaksi, Miles dan Huberman menyajikan model analisis umum sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2018 : 224), "Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data". Pengumpulan data dapat dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi.

2. Reduksi Data.

Menurut Sugiyono (2018:247-249), reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal pokok, memusatkan perhatian pada hal-hal penting sesuai topik penelitian, mencari tema dan pola, akhirnya memberi dan membuat gambaran yang lebih jelas. pengumpulan data menjadi lebih mudah. Dalam reduksi data, Anda mengontrol tujuan yang dapat dicapai dan ditentukan sebelumnya. Reduksi data juga merupakan proses berpikir kritis yang memerlukan kecerdasan dan pemahaman mendalam.

3. Penyajian Data (*Data Display*).

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, data dapat disajikan dalam bentuk tabel, grafik, diagram alur, ikon, dan lain-lain. Menyajikan informasi ini, informasi dapat diorganisasikan, diorganisasikan ke dalam suatu pola hubungan sehingga mudah untuk dipahami. Selanjutnya dalam penelitian kualitatif, penyajian materi sering dilakukan melalui teks naratif. Pada saat penyajian, informasi diorganisasikan dan terstruktur sehingga lebih mudah dipahami (Sugiyono, 2018: 249).

4. Penarikan Kesimpulan.

Langkah terakhir dalam menganalisis penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Menurut Sugiyono (2018: 252-253), kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak,

karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada dilapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah disteliti menjadi jelas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Sebagai Sarana Promosi Pada Penjualan Kain Pada Toko Dubai Textile Di Kota Gunungsitoli.

a. Menggunakan media sosial dengan memasarkan produk atau jasa nya, memberikan informasi tertentu kepada konsumen dan mempromosikan produk yang dihasilkannya, media sosial di gunakan sebagai alat komunikasi pemasaran untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk, meningkatkan image produk, dan berakhir pada peningkatan penjualan (Kotler dan Keller, 2016). Berdasarkan hasil penelitian dan temuan data yang di peroleh peneliti dengan melakukan pengumpulan data - data yang di perlukan sesuai dengan tujuan penelitian yaitu bagaimana Pemanfaatan media sosial *instagram* sebagai sarana promosi pada penjualan kain pada toko dubai textile di kota gunungsitoli menemukan bahawa pada pemanfaatan media sosial *instagram* sebagai sarana promosi pada penjualan kain pada toko dubai textile di kota gunungsitoli, yaitu *instagram* telah di manfaatkan sebagai media promosi yang di dalamnya membahas tentang konten merupakan suatu hal yang terpenting dalam proses promosi yang berisikan informasi yang ada didalam media promosi baik itu berupa video maupun berupa foto. Nama akun *instagram @dubai. textile_nias*. Dan dapat disimpulkan bahwa akun *instagram @dubai. textile_nias* telah memanfaatkan *instagram* sebagai media promosi pada penjualan mereka.

b. Kemudian Pemanfaatam media sosial sebagai sarana promosi
Aplikasi *instagram* mempunyai berbagai jenis fitur yang dapat dimanfaatkan untuk menarik perhatian konsumen atau *followers*. Biasanya, semakin menarik postingan maka semakin banyak jumlah like. Begitupun pada dubai textile kota gunungsitoli menurut informan muhammad indra maulana memanfaatkan *instagram* dengan mengoptimalkan fitur fitur yang telah disediakan di aplikasi *instagram*.

Fitur fitur yang terdapat pada *instagram* yang telah di manfaatkan oleh toko dubai textile kota gunugsitoli adalah sebagai berikut :

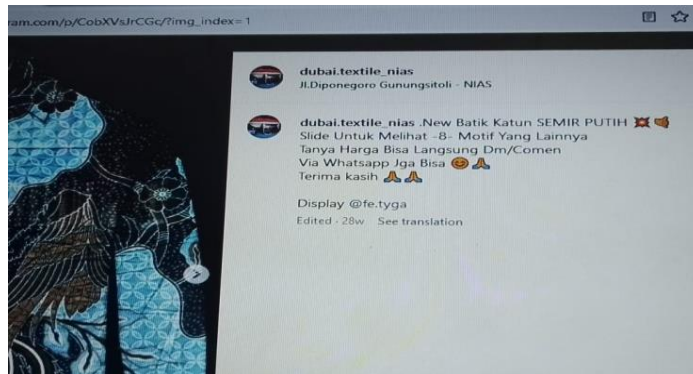
1. Fitur foto dan video

Penelitian yang ada pada Toko Dubai Textile Kota Gunungsitoli sudah mengupload

file sebanyak 263 baik berupa foto maupun berupa video. Dalam fitur foto menggunakan memanfaatkan juga efek supaya cerah saat dilakukan postingan.

2. Fitur arroba (@)

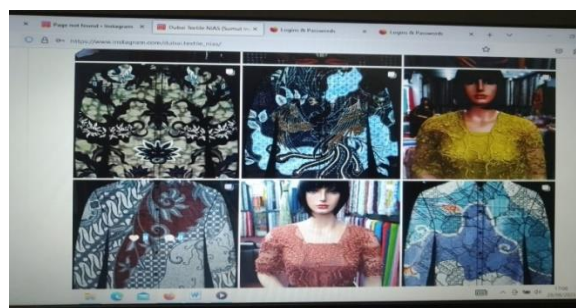
Setiap postingan foto atau video yang dilakukan oleh dubai textile kota gunungsitoli mereka menambahkan fitur arroba @ dalam memperluas jangkauan dengan pengguna lainnya. Misalnya @dubai. Textile _nias, maka mention nya ke akun @ fe. Tyga.



Gambar 4.1 Penggunaan fitur arroba @.

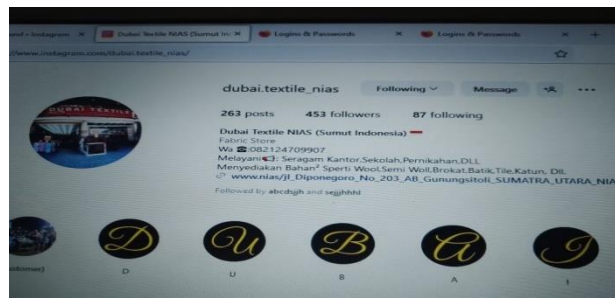
3. Fitur yang sering di gunakan (fitur multiple image & video posts).

Aplikasi *instagram* memiliki *fitur multiple image & video posts*, yaitu pengguna dapat membuat satu postingan dengan beberapa foto dan video secara bersamaan. Maksimal 10 buah. Jadi pada toko dubai textile kota gunungsitoli telah menerapkan fitur tersebut. Dapat disimpulkan bahwa pada akun toko dubai textile kota gunungsitoli telah memanfaatkan atau menerapkan sebagian fitur fitur yang ada di *instagram* dalam melakukan promosi.



Gambar 4.2 Penggunaan fitur *multiple image & video posts*.

4. Kemudian pada akun toko dubai textile kota gunungsitoli memiliki pengikut/ *follower* sebanyak 453.



Gambar 4.3. pengikut / *follower*.

5. Tujuan dalam melakukan promosi pada akun toko dubai textile kota gunungsitoli melalui aplikasi *instagram* adalah supaya banyak dikenal oleh masyarakat luas dan supaya usaha kami lebih berkembang lagi dan terus maju dan tentunya bisa meningkatkan pendapatan penjualan.

Dampak Pemanfaatan Media sosial *Instagram* Pada Toko Dubai Textile Di Kota Gunungsitoli

Dalam pemanfaatan media sosial *instagram* sebagai sarana promosi pada Toko Dubai Textile Kota Gunungsitoli berpengaruh dalam peningkatan pendapatan dan juga jumlah pengunjung pada Toko Dubai Textile Kota Gunungsitoli.

a. Pendapatan meningkat

Menurut Sohib (2018 : 47) pendapatan merupakan aliran masuk aktiva yang timbul dari penyerahan barang / jasa yang dilakukan oleh suatu unit usaha selama periode tertentu. Bagi perusahaan, pendapatan yang di peroleh atas operasi pokok akan menambah nilai aset perusahaan yang pada dasarnya juga akan menambah modal perusahaan. Dengan demikian setelah memanfaatkan media sosial *instagram* sebagai sarana promosi pada usaha penjualan kain di Toko Dubai Textile Kota Gunungsitoli mengalami peningkatan pendapatan setiap tahunnya walau tidak begitu besar besar dan usaha juga tidak mengalami kerugian.

Hasil pendapatan setelah memanfaatkan aplikasi *instagram* sebagai sarana promosi pada usaha kami mengalami peningkatan tiap tahun nya dari awal tahun 2020 sampai pada tahun 2023 sekarang ini walau tidak begitu besar. Hasil pendapatan dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.2

Hasil Pendapatan Sebelum menggunakan media sosial sebagai sarana promosi

Tahun	Hasil pendapatan
2019	Rp. 250.000.000

Sumber : Dubai Textile

Tabel 4.3

Hasil Pendapatan setelah menggunakan media sosial sebagai sarana promosi

Tahun	Hasil pendapatan
2020	Rp.270.000.000
2021	Rp. 282.000.000
2022	Rp. 295.000.000
2023	Rp. 310.000.000

Sumber : Dubai Textile

b. Pengunjung

Pengunjung merupakan orang-orang yang mendatangi suatu tempat yang memiliki tujuan masing-masing. Pengunjung / *follower* setelah memanfaatkan aplikasi *instagram* sebagai sarana promosi pada toko Dubai Textile Kota Gunungsitoli lumayan banyak dan pengunjung ke toko secara langsung juga tetap ramai setiap hari selalu ada yang berbelanja.

Kendala Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Pada Toko Dubai Textile Di Kota Gunungsitoli

Dalam pemanfaatan media sosial *instagram* sebagai sarana promosi pada toko Dubai Textile Kota Gunungsitoli memiliki beberapa kendala diantaranya sebagai berikut:

a. Jaringan internet

Jaringan komunikasi global yang menghubungkan satu komputer ke komputer lain di seluruh dunia. Lebih jelasnya internet memungkinkan untuk terjadinya komunikasi dan pertukaran informasi dengan berbagai pihak kapan pun dan di mana pun.

Dengan demikian di simpulkan bahwa saat melakukan postingan foto atau pun video pada akun *instagram* Dubai Textile terkadang jaringan internet kurang stabil sehingga postingan yang kami *share* lama terkirim atau lama untuk terposting dan itu menjadi salah satu kendala yang di hadapi.

b. Tidak sering melakukan postingan

Pengertian posting dalam bahasa Indonesia berarti menempatkan atau melakukan pegeposan baik itu berupa foto maupun video yang bertujuan untuk di ketahui oleh orang banyak.

Dengan demikian hal ini sudah menjadi salah satu kendala dalam melakukan promosi postingan yang tidak efektif di toko dubai textile kota gunungsitoli di sebabkan dengan masalah waktu, informan menyatakan bahwa " jika kami memiliki waktu kosong atau tidak terlalu sibuk dalam melayani konsumen disitu kami mulai melakukan postingan di *instagram* dan hal itu menjadi salah satu kendala kami dalam pemanfaatan *instagram* sebagai sarana promosi usaha kami. Kemudian karyawan masih belum menguasai dalam penggunaan aplikasi *instagram* sebagai salah satu penunjang dalam meningkatkan kualitas konten. Dan lebih update ke media sosial lain di banding menggunakan media sosial *instagram*.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di lakukan toko dubai textile di kota gunungsitoli maka selanjutnya peneliti menyampaikan beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut :

1. Toko Dubai Textile Kota Gunugsitoli telah memanfaatkan media sosial *instagram* sebagai sarana promosi, tujuan promosi melalui *instagram* yaitu agar mudah dikenal atau di ketahui oleh orang banyak atau masyarakat sekitar dan supaya lebih banyak lagi pengunjung. Namun tidak semua fitur *instagram* di dimanfaatkan, fitur –fitur yang telah di dimanfaatkan seperti fitur upload foto dan video dengan menambahkan caption, arroba (@) dan terhubung ke media sosial yang lain. Fitur yang sering di gunakan oleh toko dubai textile fitur *multiple image & video posts* secara bersamaan dengan jumlah maksimal 10 buah.
2. Dampak yang di dapat dari pemanfaatan media sosial *instagram* sebagai sarana promosi yaitu hasil pendapatan setelah memanfaatkan aplikasi *instagram* sebagai sarana promosi pada usaha penjualan kain Toko dubai Textile Kota Gunugsitoli mengalami peningkatan tiap tahunnya walau tidap begitu besar. Kemudian Pengunjung / *follower* setelah memanfaatkan aplikasi *instagram* sebagai sarana promosi pada Toko Dubai Textile Kota Gunungsitoli lumayan banyak dan pengunjung ke toko secara langsung juga cukup ramai setiap hari selalu ada yang berbelanja.
3. Berdasarkan hasil yang di peroleh, kendala Toko Dubai Textile Kota Gunugsitoli dalam pemanfaatan media sosial *instagram* sebagai sarana promosi adalah pertama Jaringan internet yang mana terdapat saat melakukan postingan foto atau pun video pada akun

instagram toko dubai textile kota gunungsitoli terkadang jaringan internet terkadang kurang stabil saat melakukan postingan pada akun yang mereka gunakan sehingga postingan yang di *share* lama terkirim atau lama terposting, kemudian tidak sering melakukan postingan hal ini sudah menjadi salah satu kendala dalam melakukan promosi di karenakan masalah waktu, jika memiliki waktu kosong atau tidak terlalu sibuk dalam melayani konsumen dan saat tersebut mereka mulai melakukan postingan di *instagram* dan hal itu menjadi salah satu kendala dalam pemanfaatan *instagram* sebagai sarana promosi pada Toko Dubai Textile Kota Gunungsitoli.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade, Mulyati, et al. "Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Omzet Penjualan Produk Pakaian pada UMKM Inoy Daily Wear di Tasikmalaya." *Jurnal STEI Ekonomi-JEMI* 30.02 (2021).
- Ade, Mulyati, et al. "Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Omzet Penjualan Produk Pakaian pada UMKM Inoy Daily Wear di Tasikmalaya." *Jurnal STEI Ekonomi-JEMI* 30.02 (2021).
- Chandra, Fabian. (2021). *Social Media Marketing*. Yogyakarta : Diva Press.
- Fitryani, Fitryani, Aditya Surya Nanda, and Erwan Aristyanto. "Peran impulsive buying saat live streaming pada masa pandemi covid-19 (studi kasus e-commerce shopee)." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6.2 (2021): 542-555
- Miladiah, A. F., & Riyanto, S. (2020). Pemanfaatan media sosial instagram dalam pemasaran sayuran oleh sayurkita. mlg saat masa pandemi covid 19. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 7(03), 180-187.
- Phangestu, Novianto, and Eko Harry Susanto. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Batik Tusta (Studi Kasus Akun Instagram@ Batiktusta)." *Prologia* 3.2 (2019): 401-407.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Rauf, A., Manullang, S. O., PS, T. E. A., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., ... & Yahawi, S. H. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi* (Vol. 1). Penerbit Insania.
- Riadi, Muchlisin. (2020). *Pengertian dan Jenis-jenis Variabel Penelitian*. (diakses 18 April 2023).
- Salafudin, Muhison. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Taman Baca Widya Pustaka Kabupaten Pematang*. BS thesis. Fakultas Adab dan Humaniora UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Sulthonah, S. (2017). *Pemanfaatan Instagram dalam Promosi Perpustakaan: Studi Kasus Simpul Library-Pustakalana di Bandung*. Skripsi.(Jakarta: Fakultas Adab dan Humaniora. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. 2017).
- Utami, Veronica Siti Putri Budi, and Ati Mustikasari. "Pengembangan Konten Media Sosial pada Instagram UMKM Baso Aci Raos By Dapoer Yeny Tahun 2022." *eProceedings of Applied Science* 9.2 (2023).
- Veranita, M., Susilowati, R., & Yusuf, R. (2021). Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Akun@ kolakcampurkolaku). *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 17(3), 279-290
- Qur'aini, Fitrah Barokah, and Muhammad Yasin. "Analisis Disparitas Pendapatan Pengusaha Sapi Perah Yang Berada Di Desa Pacet Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto." *Transformasi: Journal of Economics and Business Management* 2.3 (2023): 100-106.
- Augustinah, F. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang." *Jurnal Dialektika* 4.2 (2019): 5-6.
- Putra, Jaqualine Pramanta, Fauzi Syarief, and Susana Susana. "Analisis program non drama terhadap minat promosi dan minat masyarakat berkunjung dalam peran serta stasiun televisi." *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial* 7.4 (2022): 47-59.
- Aeni, Et Al. 2019. "Penerapan Metode Copy The Master Pada Pembelajaran Menulis Teks Argumentasi Untuk Meningkatkan Kreativitas Menulis Mahasiswa". *Jurnal Pendidikan, Kebahasaan, dan Kesusastraan Indonesia*, 3 (2).
- Akidah, Ihramsari & Mansyur, Umar. 2022. "Strategi Image Streaming Terhadap Kemampuan Menulis Pada Mahasiswa". *Jurnal Literasi*. 6(2), 406-413.
- Amalia, Riski. 2018. "Penerapan Strategi Copy The Master Dalam Meningkatkan Keterampilan Menulis Puisi Pada Siswa Kelas VIII.A Smp Negeri 3 Labakkang Kabupaten Pangkep". Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makassar, Hal-22.
- Marganingsih, Marti. 2022. "Peningkatan Keterampilan Menulis Cerpen Melalui Media Teks Lagu Dengan Metode Latihan Terbimbing". *Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, 6(6).
- Ningrum, Muliadi, & Rabiah, Sitti. 2022. "Model Konstruktivistik Terhadap Peningkatan Kemampuan Menulis Teks Ceramah Siswa". *Journal of Language and Literature*, 2(2), 180-187.
- Nurhayati. 2019. *Apresiasi Prosa Fiksi Indonesia (Revisi)*. Jawa Tengah: Cakrawala Media.
- Nurjannah, Arifah., & Suhara, Alfa Mitri. 2019. "Analisis Penggunaan Bahasa Daerah dalam Pembelajaran Menulis Cerpen di Kelas IX SMPN 1 CIPATAT". *Parole (Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia)*, 2 (2), 260.

Pertiwi, S., & Kolen, K. V. 2020. "Pengaruh Media Film Terhadap Keterampilan Menulis Narasi Pada Mata pelajaran Bahasa Indonesia Pada Siswa Kelas V SD 02 Pagi Cipayung".
Jurnal Inovasi Pendidikan MH Thamrin, 4(1), 10-19.