

ABSTRACT

Umi Khoiriya, Communication Science Department, Faculty of Social, Political, and Computer Sciences, Universitas Djuanda Bogor, 2022. SWOT Analysis on @Gerainusantara_aman Instagram as a Marketing Communication Media for Local People of the Archipelago, 1st Supervisor: Dr. Ali Alamsyah Kusumadinata, SP, M.Sc. 2nd Supervisor: Desi Hasbiyah, S.Si., MIKOM.

During the COVID-19 pandemic, online marketing has drastically increased, triggered by the implementation of the *Work from Home* that limit offline marketing activities. Gerai Nusantara used Instagram to increase the marketing of local people's products. The problem in this research is Instagram @Gerainusantara_aman, as a marketing communication, has not been increase the marketing of indigenous people's products effectively. This study aims to conduct a SWOT analysis of Instagram and find out @Gerainusantara_aman Instagram content that are interesting as marketing communications for local people's products.

The research method uses a descriptive qualitative approach through a SWOT analysis of internal factors (Weaknesses, Strengths) and external factors (Opportunities, Threats) from @Gerainusantara_aman Instagram account. The results of this study indicate that @Gerainusantara_aman has a strength value fewer than the weakness value with a (-) 0.06 value difference, and opportunity value fewer than the threat value with a (-) 0.08 value difference. @Gerainusantara_aman content strategy is in the position of the WT / Diversification strategy, which is to minimize existing weaknesses and avoid threats. The conclusion of the study is that human resources and content quality are the main weaknesses, as well as competitors and the public's understanding of product stories remain low. @Gerainusantara_aman's content strategy is to increase the number of skilled staff/volunteers in the production of content that is more interactive, informative, varied and up to date.

Keywords: Instagram Feature; Marketing Communication; SWOT Analysis, Indigenous product.



ABSTRAK

Umi Khoiriya, Program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik dan Ilmu Komputer Universitas Djuanda Bogor 2022. Analisis SWOT Instagram @Gerainusantara_aman Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Produk Masyarakat Adat Nusantara, Pembimbing I : Dr. Ali Alamsyah Kusumadinata, S.P., M.Si. Pembimbing II : Desi Hasbiyah, S.Si., M.I.Kom.

Selama pandemi COVID 19, pemasaran secara online meningkat secara drastis dipicu oleh penerapan kebijakan *Work from Home* yang membatasi aktifitas pemasaran secara offline. Gerai Nusantara selama ini juga menggunakan Instagram untuk meningkatkan pemasaran produk masyarakat adat.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah Instagram @Gerainusantara_aman, sebagai komunikasi pemasaran, belum efektif dalam meningkatkan pemasaran produk masyarakat adat. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis SWOT Media Sosial Instagram dan mengetahui postingan konten Instagram @Gerainusantara_aman yang menarik sebagai komunikasi pemasaran produk masyarakat adat. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui analisis SWOT terhadap faktor internal (Kelemahan, Kekuatan) dan faktor eksternal (Peluang, Ancaman) dari Instagram @Gerainusantara_aman.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram @Gerainusantara_aman memiliki nilai kekuatan lebih kecil dari nilai kelemahan dengan selisih nilai (-) 0.06, serta nilai peluang lebih kecil dari nilai ancaman dengan selisih nilai (-) 0.08. Strategi postingan konten Instagram @Gerainusantara_aman berada pada posisi strategi WT / Diversifikasi, yaitu meminimalisir kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Kesimpulan penelitian adalah sumberdaya manusia dan kualitas konten menjadi kelemahan utama, serta kompetitor dan pemahaman masyarakat tentang product story masih rendah. Strategi konten Instagram @Gerainusantara_aman adalah meningkatkan jumlah staff/relawan yang terampil dalam produksi konten yang lebih interaktif, informatif, bervariasi dan up to date.

Katakunci: Fitur Instagram; Komunikasi Pemasaran, Analisis SWOT, Produk Masyarakat Adat