

ANALISIS PROMOSI DIGITAL MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENDATANGKAN PENGUNJUNG (STUDI KASUS *EVENT KARAOKE NIGHT HARD ROCK FM ANAK LAMA SING OR SCREAM*)

Dennise Ikhrum Javier¹, Koramen Haulian Sirait²
Institute Komunikasi dan Bisnis LSPR, Indonesia^{1,2}
Email: dennis.backup19@gmail.com¹

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas promosi digital melalui media sosial Instagram dalam menarik pengunjung acara Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream. Di era digital ini, media sosial menjadi salah satu alat promosi yang efektif dan efisien dalam berbagai acara dan kegiatan. Instagram sebagai salah satu platform media sosial populer memiliki potensi besar untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan spesifik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus pada acara Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam dengan tim media sosial Hard Rock FM, dan analisis laporan promosi acara Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream di Instagram. Penelitian menunjukkan bahwa promosi digital yang dilakukan Hard Rock FM untuk mempromosikan Event Karaoke Night "Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream" di Instagram belum sepenuhnya efektif dalam menarik pengunjung. Meski promosi digital yang dilakukan Hard Rock FM mencapai jangkauan 345.560 dari total promosi yang dilakukan baik di reel maupun Instagram Stories, namun hanya 400 pengunjung yang hadir dalam acara tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa hanya 0,12 persen dari total jangkauan promosi Hard Rock FM di Instagram yang diterjemahkan menjadi pengunjung sebenarnya. Hal ini dapat ditingkatkan dengan melakukan promosi di platform media sosial lain seperti TikTok dan Facebook.

Kata Kunci: Promosi digital, media sosial, event, karaoke malam, Hard Rock FM, Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream

Abstract

This research aims to analyze the effectiveness of digital promotion through Instagram social media in attracting visitors to the Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream event. In this digital era, social media has become one of the most effective and efficient promotional tools for various events and activities. Instagram, as one of the popular social media platforms, has great potential to reach a wider and more specific audience. This study uses a qualitative approach with a case study method on the Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream event. Data were collected through observation, in-depth interviews with the social media team of Hard Rock FM, and analysis of promotional reports for the Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream event on Instagram. Research shows that the digital promotion carried out by Hard Rock FM to promote the Karaoke Night Event "Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream" on Instagram has not been fully effective in attracting visitors. Although the digital promotion by Hard Rock FM achieved a reach of 345,560 from the total promotion done on both reels and Instagram Stories, only 400 visitors attended the event. This indicates that only 0.12 percent of the total reach from Hard Rock FM's promotion on Instagram translated into actual visitors. This can be improved by promoting on other social media platforms like TikTok and Facebook.

Keywords: *Digital promotion, social media, events, karaoke night, Hard Rock FM, Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream*

Pendahuluan

Menurut artikel dari pickuptheguitar.com Karaoke adalah bentuk hiburan Dimana penyanyi amatir bernyanyi bersama dengan *backing track*. Musik *backing track* biasanya merupakan lagu terkenal yang dibawakan oleh penyanyi yang terkenal. Namun suara dari penyanyi tersebut digantikan dengan suara yang sedang melakukan karaoke. Sederhananya karaoke adalah aktivitas menyenangkan Dimana orang tersebut bernyanyi mengikut lirik dilayar yang disinkronkan agar sesuai dengan apa yang mereka nyanyikan. Kata karaoke berasal dari kata jepang yang berarti orkestra kosong atau Paduan suara kosong. Mesin karaoke diciptakan secara independen di Jepang pada tahun 1971 oleh Daisuke Inoue (pengusaha dan Musisi klub malam). Meskipun pionir seperti Shigeiichi Negishi dan Toshiharu Yamashita membuat mesin karaoke mereka sebelum Daisuke Inoue. Tetapi Daisuke Inoue membuat mesin karaoke menjadi populer. Saat ini karaoke sangat populer. Bar, Lounge dan restoran adalah beberapa tempat Dimana kita dapat menikmati karaoke (Ollie, 2021).

Karaoke night (Bonita et al., 2023) adalah sekumpulan orang-orang yang datang ke Bar, Café, lounge, restaurant dll untuk bernyanyi bersama. Karaoke night di pandu oleh lead karaoke, terdapat MC dan terdapat layar LED besar untuk menampilkan lirik lagu yang sedang diputar. Ada beberapa bar yang kerap menjadi venue untuk acara karaoke night. Seperti Ms Jackson, Duck Down bar, GIOI dan lainnya.

Karaoke sering dikaitkan dengan orang tua yang datang ke tempat karaoke untuk bersenang-senang. Namun, sekarang ini, platform karaoke untuk anak muda semakin beragam. Berbagai acara live music di kafe, gigs, dan tempat lainnya sering mengadakan acara karaoke night untuk anak muda. karaoke sekarang diminati oleh anak muda karena menjadi salah satu cara untuk menikmati momen bersama teman dengan penuh keseruan. Selain itu, karaoke yang sering diadakan di kafe atau bar memberikan kesempatan langsung untuk berkaraoke bersama 'teman' baru yang ditemui di tempat tersebut (Kasim et al., 2022; Petrovic, 2023). Biasanya ketika kita menghadiri konser atau festival musik, para musisi sering memberikan kisi-kisi daftar lagu yang akan mereka mainkan. Namun, jika musisi tersebut tidak mengungkapkan daftar lagu mereka, sebagai penggemar, kita biasanya sudah tahu lagu-lagu apa yang akan mereka mainkan. Di sinilah kesenangan dari berkaraoke, biasanya penyelenggara karaoke night sering membawa daftar lagu yang di luar dugaan. Mereka memilih genre musik favorit mereka, suasana lagu yang mereka sukai, dan bahkan bisa secara tiba-tiba mengganti lagu walaupun lagu sebelumnya belum selesai. setiap karaoke night biasanya memiliki tema sendiri dari daftar lagu yang akan mereka mainkan. Bisa EDM, Pop, Rock, Emo, atau bahkan Pop Melayu yang kadang dianggap ketinggalan zaman tetapi menjadi salah satu genre favorit untuk diputar saat karaoke night. Sumber: gen987.com

Event Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream adalah suatu event atau acara yang diadakan oleh Hard Rock FM. Kegiatan yang dilakukan dalam event tersebut adalah karaoke Night. Di acara tersebut para pengunjung acara memakai kostum yang unik dikarenakan acara tersebut bertemakan Halloween. Acara tersebut digelar di bar MS Jackson, Jakarta pada tanggal 28 oktober 2023. Dalam event Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream orang-orang berkumpul di bar dan bernyanyi bersama-sama dengan dipandu oleh lead karaoke dan DJ yang memutar musik. Seperti nama acaranya Hard Rock FM Anak Lama memainkan lagu-lagi hits yang populer pada zamannya seperti lagu dari zaman 90an dan 2000an. Terdapat LED Screen besar yang menampilkan lirik selayaknya karaoke.

Event Hard Rock FM Anak Lama Sing Or Scream bukan lah satu-satunya event Karaoke Night yang diselenggarakan oleh Hard Rock FM. Hard Rock FM juga pernah membuat acara karaoke Night yang bernama Hard Rock FM Anak Lama Sing Along, Hard Rock FM Anak Lama Band Edition dan Hard Rock FM Anak Lama Friday I'm In Love. Berdasarkan kedatangan pengunjung Hard Rock FM Anak Lama Sing Or Scream menjadi salah satu event Karaoke Night yang mempunyai angka pengunjung yang tertinggi.

Analisis Promosi Digital Media Sosial Instagram dalam Mendatangkan Pengunjung (Studi Kasus Event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream)

Hard Rock FM adalah stasiun radio gaya hidup dan hiburan pertama di Indonesia yang memberikan beragam informasi dan tren terkini kepada pendengarnya. Hard Rock FM, berbeda dengan namanya, tidak hanya memutar musik hard rock, tetapi juga memutar genre pop, jazz, alternatif, techno, dan genre populer lainnya. Stasiun radio ini menasar kalangan menengah atas, pria dan wanita berusia 20-30 tahun dan eksekutif muda. Sumber: mra.co.id

Hard Rock FM dengan event karaoke night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream bukan pemain tunggal dalam industri acara karaoke night. Hard Rock FM mempunyai kompetitor dari sama-sama stasiun radio yakni kiss FM dengan Karaoke nya dan Mustang FM dengan acara karaoke nightnya yang bernama Mustang Night Out.

Media sosial adalah salah satu tren yang berkembang dari Teknologi Informasi (TI) di era Informasi atau era Digital. Media sosial terdiri dari berbagai aplikasi berbasis Internet yang didasarkan pada prinsip-prinsip dan teknologi Web 2.0, memungkinkan pengguna untuk membuat konten dan melakukan pertukaran konten (Kaplan & Haenlein, 2010 p1).

Menurut artikel yang berjudul *Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli dan Manfaatnya* Media sosial telah menjadi aspek penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat masa kini. Dengan kemajuan teknologi, media sosial kini dimanfaatkan tidak hanya untuk komunikasi tetapi juga untuk berbagi informasi, kolaborasi, dan jaringan atau *networking*. Menurut Universitas Maryville media sosial berfungsi sebagai platform online yang memfasilitasi interaksi sosial dan berbagi konten di antara pengguna. Demikian pula Kaplan dan Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai aplikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan bertukar konten. Sumber: dari kumparan.com

Kevin Systrom dan Michael "Mike" Krieger memulai Instagram pada bulan Oktober 2010 sebagai Burbn, sebuah program yang didukung HTML5 untuk ponsel. Setelah mendapatkan pendanaan dari berbagai sumber, termasuk Baseline Ventures dan Andreessen Horowitz, program ini berkembang menjadi Instagram - nama yang menggabungkan dua metode komunikasi kuno. Instagram mengumumkan bahwa mereka sudah mencapai satu juta anggota hanya dalam dua bulan beroperasi. Kurang dari setahun kemudian, lebih dari 150 juta foto telah diunggah ke situs tersebut. Pada tahun 2011, situs ini telah berkembang hingga mencakup 10 juta pengguna, dan Apple menobatkan Instagram sebagai Aplikasi iPhone Terbaik tahun 2011. Pada bulan Agustus 2012, Facebook mengakuisisi Instagram dengan penawaran \$1 miliar dalam bentuk tunai dan saham. Sejak itu, minat terhadap Instagram terus berkembang, terutama di kalangan bisnis. Penelitian dari firma analitik media sosial Simply Measured mengungkapkan bahwa interaksi merek-merek teratas dengan pelanggan melalui situs ini meningkat sebesar 500 persen dalam 10 bulan pertama setelah akuisisi (Landsverk, 2014).

Menurut artikel yang berjudul *Instagram adalah Media Sosial berbasis Foto dan Video, Pahami Fungsi dan Fiturnya* Instagram adalah platform media sosial berbasis foto dan video yang memiliki salah satu basis pengguna terbesar secara global. Sebagai platform media sosial yang populer, Instagram menawarkan berbagai fitur berguna yang dapat diakses oleh pengguna dari segala usia. Selain itu, Instagram telah meluaskan jangkauannya ke ranah bisnis dan penjualan online. Sumber: Merdeka.com

Saat ini menurut data dari playstore Instagram sudah di unduh sebanyak 5 miliar kali. Kita bisa menggunakan Instagram di Hp, Tablet dan Komputer/laptop. Instagram tersedia dan dapat diunduh secara gratis di app store dan google play. Kita juga bisa mengakses Instagram lewat web di instagram.com

Saat ini, industri event berkembang pesat dan menarik perhatian publik yang besar. Perluasan ini didorong oleh meningkatnya peluang bisnis dan karier, yang mengakibatkan meningkatnya kebutuhan akan profesionalisme dalam manajemen event (Wijaya et al., 2023).

Dalam arti sempit, sebuah acara merujuk pada pameran, pertunjukan, atau festival yang melibatkan penyelenggara, peserta, dan pengunjung. Sebaliknya, dalam arti luas, acara dilihat sebagai serangkaian kegiatan yang diselenggarakan oleh sebuah organisasi untuk membawa orang-orang ke lokasi tertentu, sehingga mereka dapat memperoleh informasi atau pengalaman berharga dan mencapai tujuan lain yang ditetapkan oleh penyelenggara (Utami, 2021).

Suatu *event* atau acara memerlukan promosi agar acara tersebut bisa diketahui oleh khalayak yang luas. Promosi adalah elemen kunci dari bauran pemasaran yang harus digunakan oleh perusahaan untuk memasarkan produk jasa mereka secara efektif. Upaya promosi tidak hanya berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dan konsumen, tetapi juga berperan dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa berdasarkan preferensi dan kebutuhan mereka (Oktarini, 2022).

Era digital telah membawa perubahan signifikan dalam komunikasi dan pemasaran produk. Kini, fokus pemasaran telah beralih ke arah digital marketing. Digital marketing merujuk pada promosi merek atau produk melalui media digital dengan tujuan mencapai pelanggan secara efisien dan relevan. Berbeda dengan pemasaran tradisional, digital marketing mengandalkan media daring. Ada beberapa jenis digital marketing yang umum digunakan yaitu, website, SEO, SEM, social media marketing, content marketing, dan influencer marketing (Awaluddin, 2021; Kelvin et al., 2024).

Promosi lewat Instagram adalah strategi digital yang memanfaatkan platform Instagram untuk mengiklankan produk atau layanan bisnis dan memperluas audiens. Instagram, sebuah platform media sosial yang banyak digunakan, memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video serta berinteraksi dengan orang lain melalui komentar dan pesan langsung. Dalam pemasaran Instagram, Perusahaan yang memproduksi produk atau menawarkan jasa menerapkan berbagai teknik dan strategi untuk membangun *awareness* mereka di platform ini dan memasarkan produk atau layanan mereka kepada audiens yang ditargetkan. Hal ini dapat dicapai dengan berbagai cara. Misalnya, dengan mengoptimalkan profil Instagram, mengikuti tren hashtag yang relevan, dan berinteraksi dengan audiens melalui komentar dan pesan langsung. Selain itu, Perusahaan dari suatu produk atau jasa dapat memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti Instagram Stories dan Instagram Live. Selain itu, pemasaran Instagram mencakup Penggunaan iklan berbayar yang dikenal sebagai Instagram Ads. Ini memungkinkan bisnis untuk mengiklankan produk atau layanan mereka kepada audiens yang sudah mereka targetkan. Menghasilkan hasil yang lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan pemasaran organik. Pemasaran Instagram sering kali melibatkan kemitraan dengan influencer di platform tersebut. Influencer ini memiliki pengaruh yang besar dan basis pengikut yang sesuai dengan bisnis tertentu. Dalam kolaborasi semacam itu, influencer mempromosikan produk atau layanan bisnis kepada pengikut mereka melalui postingan atau cerita di Instagram (Ramadiansyah & Pratiwi, 2024; Wirapraja et al., 2023).

Alasan pemilihan dari judul saya diatas adalah promosi digital menjadi salah satu alat untuk mendatangkan pengunjung dalam berbagai acara. Penulis ingin melakukan analisa apakah promosi digital yang dilakukan oleh Hard Rock FM melalui media sosial Instagram efektif dalam mendatangkan pengunjung pada event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream. Dengan menganalisis promosi digital, penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga tentang efektivitas strategi pemasaran kontemporer yang dilakukan banyak bisnis. Menggunakan event spesifik, seperti “Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream”, memberikan konteks yang konkret untuk penilaian ini. studi kasus memungkinkan analisis yang mendalam dan terfokus, sehingga hasilnya bisa lebih aplikatif dan relevan.

Penelitian ini mempunyai tujuan penelitian yakni:

- 1) Untuk mengetahui strategi promosi apa saja yang dilakukan oleh hard Rock FM untuk mempromosikan event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream melalui Instagram.
- 2) Untuk mengetahui apakah promosi digital yang dilakukan oleh Hard Rock FM melalui media Sosial Instagram efektif dalam mendatangkan pengunjung ke Event Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi studi kasus kualitatif. Pendekatan ini melibatkan penyelidikan mendalam oleh peneliti terhadap program, acara, aktivitas, proses, atau kelompok individu tertentu. Kasus-kasus dibatasi oleh waktu dan aktivitas, dengan pengumpulan data

yang komprehensif melalui berbagai metode yang berorientasi pada waktu (Stake, 1995). Studi kasus, sebagaimana dijelaskan oleh Bogdan dan Bikien (1982), melibatkan eksplorasi menyeluruh tentang suatu pengaturan, subjek, repositori dokumen, atau acara tertentu. Surachmad (1982) mendefinisikan pendekatan studi kasus sebagai fokus yang intensif dan detail pada satu kasus, sementara Ary, Jacobs, dan Razavieh (1985) menekankan perlunya peneliti untuk mendalami secara mendalam unit atau individu dan mengidentifikasi semua variabel yang signifikan.

Pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari sumber primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan langsung dari sumber utamanya melalui metode seperti survei, wawancara, observasi langsung, atau eksperimen. Untuk penelitian ini, pengumpulan data primer meliputi wawancara dan observasi. Observasi melibatkan pemeriksaan fenomena dengan cermat, mendokumentasikan peristiwa yang terjadi, dan menganalisis hubungan antara berbagai aspek dalam fenomena tersebut (Ni'matuzahroh & Prasetyaningrum, 2018). Wawancara, sebagai metode komunikasi verbal, digunakan untuk mengumpulkan informasi dari individu, berfokus pada topik tertentu melalui serangkaian pertanyaan. Analisis data dilakukan menggunakan teknik yang melibatkan kondensasi data, tampilan data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Miles et al., 2014). Proses ini bertujuan untuk menghasilkan wawasan yang bermakna dengan secara sistematis mengorganisasi, memproses, dan merangkum data yang dikumpulkan, memastikan keakuratan dan relevansinya untuk menarik kesimpulan yang dapat ditindaklanjuti.

Hasil dan Pembahasan

Analisa Hasil

Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara dari pihak internal dan eksternal Hard Rock FM Untuk menganalisa Promosi digital media sosial Instagram dalam mendatangkan pengunjung dalam Event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama dan untuk menganalisa Strategi promosi yang dilakukan oleh Hard Rock FM dalam mempromosikan Event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama di Instagram.

Strategi Promosi Digital

Hard Rock FM melakukan Strategi Promosi Digital di media sosial Instagram untuk mempromosikan dan mendatangkan pengunjung dalam Event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream. Dalam mempromosikan event karaoke Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream dengan membuat konten-konten yang berisi lagu-lagu lama bisa tentang postingan yang berisi lagu-lagu lama dari tahun 90'an hingga tahun 2000an dan dikaitkan dengan tema anak lama itu sendiri. Selain itu Hard Rock FM kerap mengundang Musisi atau ke studio untuk interview on air dan menyanyikan atau melakukan cover lagu-lagu lama yang mana ini juga akan di upload di Instagram. Hard Rock FM juga melakukan live di Instagram saat interview Musisi yang mereka undang saat on air. Hard Rock FM juga melakukan promosi lewat konten Teaser dan mereka juga membuat e-flyers atau poster yang juga dilengkapi dengan lagu-lagu lama untuk event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama yang mereka upload di Instagram feed dan Instagram Story.

Desain yang dibuat e-flyers atau poster Hard Rock FM Anak Lama yang akan di posting di Instagram juga tertera Logo-logo mulai dari Musisi yang bermain, venue diadakannya acara, sponsor, Logo Hard Rocknya sendiri. Setelah desain e-flyers nya selesai di buat, tim social media Hard Rock FM akan mengambil footage dari Hard Rock FM Anak Lama sebelumnya lalu mereka membuat copywriting yang menarik agar orang-orang yang melihat postingan tersebut tertarik untuk datang. Output nya yakni sebuah postingan yang berisi Video-video footage yang berisi keseruan dari Event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama sebelumnya lalu, terdapat Copywriting untuk menarik perhatian orang-orang yang melihat postingan tersebut agar mereka tertarik untuk datang. Lalu setelah itu baru lah disambungkan dengan audio promo Event Karaoke Night Anak Lama yang bersamaan muncul dengan e-flyers tersebut.

Target Audience

Hard Rock FM mempunyai target audience untuk event Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream yakni Anak Muda yang suka musik, yang suka dengan kegiatan event Karaoke Night. Dan target audience tersebut sudah sangat sesuai dengan dengan followers dari Hard Rock FM di Instagram. Ada dua macam promosi yang dilakukan oleh Hard Rock FM yakni organic dan non organic. Untuk yang organic agar bisa tepat dengan target audience tim social media Hard Rock FM berdiskusi dengan music director untuk menentukan lagu-lagu yang dipakai untuk promosi di Instagram. Contohnya dari umur 25 – 35 pemilihan lagu yang dipilih lagu dari tahun 98 – 2006. Lagu yang sudah dipilih tersebut akan dimasukkan di dalam promo meskipun hanya backsound atau potongannya saja. Lalu Hard Rock FM juga memakai boosting di Instagram untuk promosinya. Pada saat memakai boosting Hard Rock FM bisa menentukan secara spesifik target audience yang mereka tuju. Mulai dari Umur, Hobby, Gaya Hidup hingga wilayah.

Frekuensi postingan konten

Untuk konten promosi Event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama yang akan di posting di feed akan di posting sebanyak satu kali satu Minggu sebelum Event Hard Rock FM anak Lama Sing or Scream dimulai dan untuk konten yang di post di Instagram Story akan di upload setiap hari sampai eventnya dimulai.

Penggunaan Media Sosial Instagram

Hard Rock FM mempromosikan Event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama di Instagram karena Instagram Hard Rock FM mempunyai Followers yang paling banyak dibandingkan dengan akun TikTok dan Facebook mereka. Dan untuk mempromosikan sebuah event atau acara lebih mudah dilakukan di Instagram. Karena konten-konten promosi yang sifatnya hard selling itu lebih cocok di Instagram.

Banyak dari pendengar followers atau pengikut dari Instagram Hard Rock FM yang memang pengguna aktif Instagram. Followers Hard Rock FM juga terbilang lumayan banyak dengan total pengikut 94.000 pengikut. Dan dibandingkan dengan social media yang lain engagement dari Instagram Hard Rock FM menjadi yang tertinggi dibanding dengan Sosial media lainnya seperti TikTok dan Facebook. Meskipun Hard Rock FM juga mempromosikan di Facebook tetapi Instagram tetap menjadi platform utama Hard Rock FM untuk mempromosikan Event Hard Rock FM Anak Lama. Dan juga banyak pengikut dari Instagram Hard Rock FM yang hampir membuka sosial media Instagram.

Fitur-fitur di Instagram

Hard Rock FM memanfaatkan fitur story dan Reels dalam mempromosikan Event Karoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream di Instagram. Hard Rock FM memposting promosi Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream setiap hari dan bisa di Upload sebanyak 2 sampai 3 kali sehari. Fitur Reels juga dimanfaatkan oleh Hard Rock FM untuk mempromosikan event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream yang mana untuk postingan di reels di feed akan tetap berada di beranda akun Hard Rock FM dan tidak akan hilang jika tidak di hapus. Berbeda dengan story yang akan hilang dengan sendirinya dalam waktu 24 jam. Hard Rock FM juga memakai fitur boosting untuk postingan reels mereka. Yang mana itu akan menjangkau orang-orang yang tidak follow akun Hard Rock FM di Instagram. Fitur Reels jug digunakan Hard Rock FM untuk memposting konten post event dari event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama yang berisi ringkasan acara yang sudah digelar.

Fitur Instagram Ads dan boosting

Hard Rock FM memakai fitur boost di Instagram. Konten-konten promosi yang di posting di reels memanfaatkan fitur boost agar bisa mendapatkan awareness atau engagement yang tinggi. Dalam mempromosikan Event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream Hard Rock FM juga mengundang influencer untuk datang ke acara Hard Rock FM

Anak Lama Sing or Scream. Undangannya bersifat digital yang mana Hard Rock FM akan meminta influencer yang di undang tersebut untuk memposting di Instagram Story mereka. Tapi cara ini tidak ada kepastian apakah undangan atau e-invitation tersebut akan di upload atau tidak oleh si influencer. Cara ini diharapkan akan menjangkau followers dari influencer tersebut apabila si Influencer tersebut mem posting e-invitation itu di Instagram story nya.

Influencer Marketing

Hard Rock FM juga meminta performer yang akan tampil pada event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama untuk memposting atau melakukan Repost promosi Hard Rock FM Anak Lama di Instagram mereka karena mereka juga akan mengisi acara tersebut. Dan untuk influencer dan yang bukan pengisi acara dari Hard Rock FM Anak Lama di undang secara personal dan Hard Rock akan menyediakan meja agar mereka mau datang dan harapannya mereka akan memposting e-invitationnya tersebut dan akan lebih bagus lagi jika mereka datang dan mengabadikan moment di event Karaoke Night Anak Lama dan memposting nya di sosial media mereka.

Komunikasi dan pemasaran

Hard Rock FM dalam membuat promosi digital untuk event Hard Rock FM Anak Lama harus relate dengan audiencenya Hard Rock FM itu sendiri yang mana bisa mereka lihat melalui analitik di Instagram, mulai dari Umur, kelamin hingga daerah tempat mereka tinggal. Ini penting agar Hard Rock FM bisa menentukan lagu-lagu mana yang mereka bisa pakai untuk promosi mereka agar relate dengan followers mereka. Saat mereka melakukan boosting di Instagram dengan Instagram Ads mereka juga menentukan kriteria segmentasi mereka mulai dari Umur, kelamin, Dimana mereka tinggal dll. Ini penting dilakukan mereka agar pesan dan komunikasi nya tepat sasaran.

Sejauh ini Target audience yang dituju dan diinginkan oleh Hard Rock FM dalam mempromosikan Event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama sudah sesuai jika dilihat dari insight followers Instagram Hard Rock FM. Selain itu desain dari konten-konten yang dihasilkan oleh Hard Rock FM juga penting dalam menarik perhatian audience.

Peran Visual dan Estetika dalam konten Promosi

Peran Visual itu penting. Disinilah peran grafik Desainer mengambil peran yang penting. Desain yang dihasilkan oleh Grafik Desainer dan Tim sosial media Hard Rock FM masih mengambil dari personal preferensi mereka. Setelah desain nya sudah selesai mereka akan berdiskusi dengan semua pihak yang terlibat dengan event Hard Rock FM Anak Lama. Jika semua sudah setuju dengan desain nya maka desain tersebut akan digunakan untuk Promosi di Instagram. Visual itu penting untuk mempromosikan Event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama. Karena di Instagram ada estetika yang harus dijaga. Desain nya harus bagus, fresh, tidak boleh terlalu jadul dan tidak boleh terlalu serius meskipun nama acara ini Anak Lama. Pemilihan font nya pun sangat dipikirkan.

Analitik Sosial Media Instagram untuk mengevaluasi Kinerja Promosi

Hard Rock FM melihat hasil promosi yang mereka lakukan di Instagram lewat Insight yang sudah disediakan di Instagram itu sendiri. Dan itu sudah cukup lengkap untuk melihat laporan reach dan engagement. Selain itu Hard Rock FM juga memakai Alat Analitik yang bernama iqonosquare untuk melihat keberhasilan konten-konten yang di produksi di Instagram mereka.

Tantangan dan peluang

Mempromosikan event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream di media sosial Instagram mempunyai tantangan tersendiri. Salah satu tantangannya adalah mereka harus pintar-pintar bagaimana caranya agar konten promosi mereka yang mempunyai backsound atau potongan lagu tidak kena copyright dari Instagram. Dan mereka harus

memastikan bagaimana caranya konten yang pendek bisa memikat atensi orang-orang yang lihat agar mereka tertarik untuk datang ke Event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama.

Lalu tantangan yang lain yang dihadapi oleh Hard Rock FM dalam mempromosikan Event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama yakni bagaimana orang-orang yang melihat postingan Hard Rock FM di Instagram tertarik dan mau untuk datang ke event tersebut. Selain itu masalah tema, performer yang akan tampil dan venue dari event juga menjadi tantangan yang dihadapi oleh Hard Rock FM.

Hard Rock FM juga tidak menutup peluang untuk mengikuti trend yang ada untuk mempromosikan Event Hard Rock FM Anak Lama yang akan datang. Tapi tidak semua trend yang ada akan dimanfaatkan untuk membuat konten Promosi di Instagram atau sosial media lainnya. Tetap mengikuti trend tetapi harus dilihat terlebih dahulu apakah trend tersebut cocok dengan event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama atau tidak, jika tidak maka tidak akan dipaksakan untuk digunakan sebagai konten Promosi di Instagram. Sejauh ini belum banyak trend throwback atau yang berkaitan dengan Hard Rock FM Anak Lama.

Salah satu fitur di Instagram yang dilihat sebagai peluang untuk mempromosikan Hard Rock FM Anak Lama yakni fitur Live. Fitur Live dirasa bisa untuk menjadi tempat promosi untuk mempromosikan event karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama. Hard Rock FM sedang memikirkan cara bagaimana bagaimana melakukan Live di Instagram maupun di media sosial lainnya yang mereka punya yang mana dalam Live nya tersebut akan ada give away, gimmick-gimmick challenge yang nantinya akan mengajak followers atau orang-orang yang menonton atau melihat Live tersebut untuk datang ke Event Hard Rock FM Anak Lama. Dan meskipun memanfaatkan fitur Live bukan sesuatu yang terlalu baru dan sudah banyak dipakai oleh orang lain, fitur ini belum dimaksimalkan oleh Hard Rock FM. Lalu kedepannya Hard Rock FM ingin lebih banyak lagi berkolaborasi dengan influencer dan Musisi karena jaman sekarang dirasa sulit jika tidak melakukan kolaborasi. Kolaborasi dengan influencer dan Musisi ini membuka peluang untuk mendatangkan pengunjung lebih banyak lagi. Dan bukan hanya itu dengan melakukan kolaborasi memungkinkan lebih banyak lagi orang yang follow Instagram dan mendengarkan Radio Hard Rock FM.

Pengalaman dan pembelajaran

Salah satu Pelajaran yang dipetik dari Hard Rock FM dari diadakannya event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama adalah sebagai stasiun Radio yang memutar musik Hard Rock FM harus memanfaatkan event-event yang berhubungan dengan musik dan kedepannya Hard Rock FM bisa membuat Event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama ini lebih besar lagi sekiranya.

Selanjutnya bikin event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama sebegitu mungkin mulai dari secara visual hingga mengundang lebih banyak Influencer dan bikin semenarik mungkin dari sisi lagu-lagu yang relate dengan target audience nya event Hard Rock FM Anak Lama ini. Selain itu ada lagi Pelajaran dari Hard Rock FM dalam mempromosikan Event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama yang mana awalnya hanya sekedar membuat e-flyers berkembang menjadi konten-konten yang bersifat teaser, lalu setelah itu mulai collab dengan Musisi dan KOL hingga mengundang Influencer dan pastinya akan terus ada penyesuaian.

Efektivitas Promosi

Mengukur keberhasilan Promosi di Instagram

Hard Rock FM mengukur keberhasilan promosi Event Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream di Instagram dengan banyaknya orang yang mau datang ke Event Hard Rock FM Anak Lama karena mengetahui info tersebut dari promosi digital yang dilakukan oleh Hard Rock FM di Instagram.

Selain itu tim sosial media yang memegang akun Hard Rock FM akan mengecek engagement dalam 1x24 jam setelah konten promosi Event Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream di posting. Dimana mereka mempunyai target untuk mencapai minimal 250 likes setelah Konten tersebut diposting dan mereka harus memikirkan cara bagaimana jika jumlah

likes tersebut tidak tercapai nta itu dengan meminta batuan sister company dari Hard Rock atau meminta bantuan untuk di upload di Instagram MRA Media agar postingan tersebut mencapai awareness yang tinggi.

Indikator Utama Menilai Efektifitas Promosi di Instagram

Likes, komen, dan share menjadi indikator utama menilai efektifitas promosi event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama. Semakin banyak orang-orang yang likes, Komen dan share konten-konten promosi yang dilakukan oleh Hard Rock FM semakin sukses promosi digital tersebut. Selain itu mengundang orang melalui e-invitation juga menjadi promosi yang efektif, pintar dan gratis. Yang mana bukan hanya followers dari Hard Rock FM saja yang mengetahui acara Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream tetapi followers orang yang diundang juga mengetahui acar tersebut. Yang mana bisa menjangkau lebih banyak orang.

Efektifitas Promosi digital dalam mendatangkan pengunjung

Dengan melakukan Promosi secara digital di Instagram cara ini cukup efektif untuk mendatangkan pengunjung. Karena cara termudah untuk mempromosikan even Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream adalah dengan cara promosi digital di media sosial Instagram. Ditambah lagi dengan e-invitation yang masih berhubungan dengan Instagram yang hasilnya followers yang tidak follow Hard Rock FM juga bisa melihat promosi tersebut.

Selain efektif promosi digital juga tepat sasaran dengan target audience yang di tuju oleh Hard Rock FM dalam mempromosikan event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama. Dan di Instagram followers dari akun Hard Rock FM dalam sehari bisa membuka Instagram beberapa kali yang mana diharapkan promosi tersebut muncul di timeline mereka dan mereka melihat itu.

Interaksi dengan Followers di Instagram

Hard Rock FM melakukan interaksi dengan Followers nya untuk mempromosikan Event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama di Instagram. Mereka kerap membuat postingan teaser, polling hingga question box di Instagram Story. Mereka juga berinteraksi dalam siaran on air dalam mempromosikan event Karoke Night Hard Rock FM Anak Lama sing or Scream di Radio seperti request lagu yang ingin kita dengarkan tetapi request lagunya lewat Instagram. Dan Hard Rock FM juga berinteraksi dengan followers lewat Instagram live saat penyiar Hard Rock FM sedang siaran. Hard Rock FM Juga berinteraksi dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan dari followers seputar event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama.

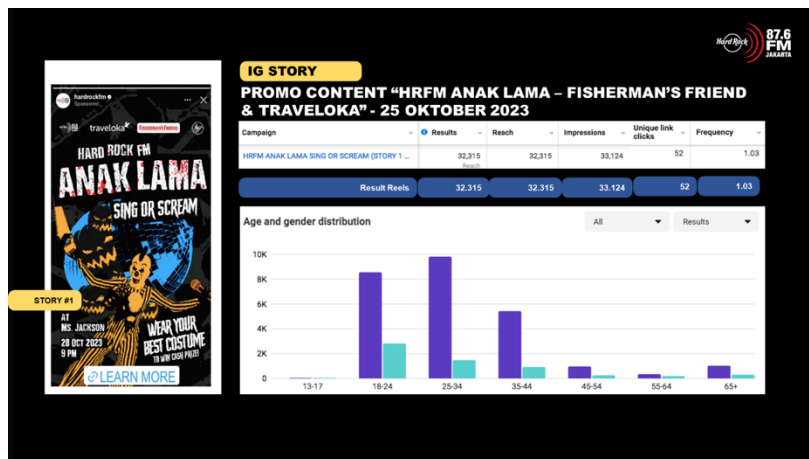
Pembahasan

Komunikasi Pemasaran

Konsep komunikasi pemasaran terpadu melibatkan proses pengembangan dan pelaksanaan berbagai program komunikasi persuasif yang ditujukan kepada pelanggan dan calon pelanggan secara berkelanjutan. Tujuan utamanya adalah untuk mempengaruhi atau langsung berdampak pada perilaku audiens target. Komunikasi pemasaran menggabungkan semua elemen dari bauran pemasaran untuk memfasilitasi pertukaran dengan menciptakan dan menyebarkan makna kepada pelanggan atau klien. Untuk memahami komunikasi pemasaran dengan baik, perlu diperhatikan dua elemen terpisah, yaitu komunikasi dan pemasaran. Komunikasi adalah proses di mana gagasan disampaikan dan makna dibagikan antara individu atau antara organisasi dan individu. Pemasaran mencakup serangkaian aktivitas di mana bisnis dan organisasi lain menciptakan pertukaran antara perusahaan dan pelanggan. Meskipun konsep pemasaran lebih luas dibandingkan komunikasi pemasaran, sebagian besar aktivitas pemasaran melibatkan bentuk komunikasi. Komunikasi pemasaran mencakup tahap desain produk, distribusi, kegiatan promosi (seperti iklan, pemasaran langsung, dan acara khusus), serta tahap pembelian dan penggunaan oleh konsumen (Hamad, 2008; Widyastuti, 2017)

Hard Rock FM FM melakukan komunikasi pemasaran dengan melakukan promosi digital lewat media Sosial Instagram untuk mempromosikan event Hard Rock FM Anak Lama Sing or

Scream. Dalam menyampaikan pesan atau mengkomunikasikan promosi event Hard Rock FM Anak Lama mereka memastikan pesannya tersebut sampai ke Target audience atau followers mereka yang mereka Inginkan dengan melihat analitik di Instagram. Yang mana Hard Rock FM mempunyai target audience yang berusia 20-30 tahun dan eksekutif muda yang mana ini relate dengan hasil promosi yang dihasilkan. Mereka membuat promosi digital di Instagram yang mana promosi tersebut relate dengan audience yang mereka targetkan meskipun banyak juga dari followers mereka yang berusia lebih tua dari target audience dan yang lebih muda dari target mereka melihat promosi tersebut.



Gambar 1. Target Audience Promosi Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream
Sumber: Hard Rock FM

Dari hasil desain promosi yang mereka hasilkan juga sesuai dengan target mereka. Dari hasil observasi yang saya lihat pada hasilnya tidak semua yang datang ke acara tersebut adalah orang-orang yang berumur 20-30 tahun terdapat pengunjung yang usianya lebih dari 30 tahun.

Desain yang dihasilkan oleh Hard Rock FM dalam mempromosikan Event Hard Rock FM Anak Lama dilakukan oleh grafik desainer mereka yang mana mereka membuat desain tersebut masih berdasarkan preferensi personal mereka. Yang mana hasilnya terlihat bagus, fresh, tidak terlalu lama meskipun nama event mereka Anak Lama. Menurut observasi saya desainnya terlihat bagus, sesuai tema dan sesuai dengan target audience mereka yang mana tidak terlalu tua dan tidak terlalu muda.

Digital Marketing

Pemasaran digital adalah aktivitas pemasaran dan *branding* yang memanfaatkan berbagai media. Contohnya meliputi blog, situs web, email, adwords, dan berbagai jenis jejaring media sosial. Pemasaran digital memanfaatkan kemajuan teknologi digital untuk menjalankan iklan yang tidak secara eksplisit dipromosikan, namun tetap memiliki dampak yang signifikan. (Chrismardani, 2014; Syira et al., 2023)

Hard Rock FM melakukan digital marketing atau promosi digital di media sosial Instagram dalam mempromosikan event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream. Mereka melakukan promosi tersebut lewat konten-konten yang berisi lagu-lagu lama yang relate dengan nama acara mereka yakni Anak Lama. Mulai dari e-flyers, teaser dan cuplikan video-video lagu-lagu lama tahun 90an hingga 2000an. Mereka juga melakukan copywriting yang bersifat untuk mempersuasi yang melihat promosi digital tersebut agar tertarik untuk datang. Yang mana ini cocok dengan pengunjung yang diharapkan oleh Hard Rock FM yakni, orang-orang yang suka musik dan suka dengan hiburan karaoke night. Mereka juga melakukan promosi secara on air di radio Dimana mereka mengundang Musisi untuk di interview dan meng-cover lagu-lagu lama yang mana hasilnya juga di upload di Instagram sebagai promosi.

Mereka memposting Promosi Digital sebanyak 1 kali seminggu dalam bentuk reels sebelum event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama digelar. Dan untuk postingan Instagram story diupload setiap hari sampai acaranya dimulai. Ini dilakukan untuk menjagauforia dari acara tersebut.

Selain mempromosikan dengan media Instagram nya sendiri Hard Rock FM juga mempromosikan Event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream dengan cara influencer marketing. Caranya dengan Hard Rock FM membuat e-invitation ke influencer yang sesuai dengan kriteria acara dari Anak Lama tersebut dan meminta mereka untuk mempostingnya di sosial media mereka. Tetapi cara ini tidak selalu berjalan dengan baik. Karena Influencer yang dikirimkan e-invitation tidak selalu memposting e-invitation tersebut di media sosial Instagram mereka. Dan dari observasi saya cara ini efektif jika mereka mau mempostingnya di sosial media mereka. Jika tidak ini tidak akan efektif. Dan menurut saya cara ini tidak ada salahnya dicoba karena tidak merugikan pihak manapun. Tetapi performer yang mengisi acara tersebut seperti Lead karaoke atau DJ yang tampil akan memposting event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama di Instagram mereka. Yang mana dengan cara ini dapat menjangkau audience diluar followers dari Hard Rock FM itu sendiri dan dapat berpotensi untuk mendatangkan pengunjung dari followers performer yang tampil di event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream.

Instagram

Menurut artikel yang berjudul *Instagram adalah Media Sosial berbasis Foto dan Video, Pahami Fungsi dan Fitur*nya Instagram adalah platform media sosial berbasis foto dan video yang memiliki salah satu basis pengguna terbesar secara global. Sebagai platform media sosial yang populer, Instagram menawarkan berbagai fitur berguna yang dapat diakses oleh pengguna dari segala usia. Selain itu, Instagram telah meluaskan jangkauannya ke ranah bisnis dan penjualan online. Instagram mempunyai beberapa fitur yakni, Instagram live, Instagram Reels, story/cerita, Broadcast Channel dan collab post.

Hard Rock FM memilih Instagram sebagai platform untuk mempromosikan event mereka Event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream. Mereka memilih sosial media Instagram karena Instagram Hard Rock FM mempunyai followers yang paling tinggi dibanding sosial media lainnya seperti TikTok dan Facebook. Menurut salah satu Tim Sosial Media MRA Broadcast Media Shafira Anindya mengatakan kalau untuk mempromosikan event atau acara lebih mudah di lakukan di Instagram dibanding platform lainnya seperti TikTok dan Facebook. menurut eks Digital Content Manager MRA Broadcast Media Dominique Ayu Amritasari banyak dari Followers Hard Rock FM di Instagram adalah pengguna aktif Instagram. Lalu faktor seperti followers dan engagement yang menurutnya sudah bagus menjadi faktor yang membuat Hard Rock FM memilih Instagram sebagai platform untuk mempromosikan Hard Rock FM Anak Lama Sing Or Scream di Instagram.

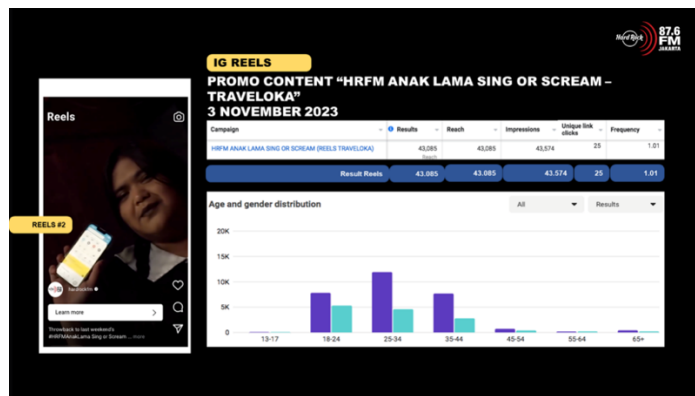
Menurut observasi saya mempromosikan suatu event di TikTok atau facebook tidak ada salahnya di coba. Karena media sosial seperti TikTok mempunyai pengguna yang sangat banyak. Menurut data dari playstore, TikTok sudah di unduh sebanyak 500 juta lebih unduhan. Dan juga promosi seperti teaser, video pendek yang dilakukan oleh Hard Rock FM di Instagram sangat cocok untuk diposting di TikTok. Hard Rock FM juga bisa memanfaatkan trend yang cocok dengan event Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream dan hashtag untuk bisa meningkatkan visibilitas promosi tersebut. Meskipun menurut mereka platform media sosial seperti TikTok tidak cocok untuk mempromosikan acara atau event tidak salahnya dicoba karena itu bisa memberikan peluang untuk orang-orang yang bermain TikTok untuk melihat promo tersebut dan bisa tertarik untuk datang.

Hard Rock FM memanfaatkan fitur reels, Instagram Story dan Instagram live untuk mempromosikan event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream. Yang mana menurut observasi saya Hard Rock FM seharusnya bisa memanfaatkan lebih banyak fitur di Instagram seperti collab post dan Broadcast channel.

Hard Rock FM juga memanfaatkan fitur yang berbayar yakni Instagram Ads. Yang mana ini sangat bagus untuk melakukan promosi di Instagram karena dapat menjangkau khalayak yang luas dan orang-orang yang tidak follow Instagram Hard Rock FM juga bisa melihat promosi Event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream.

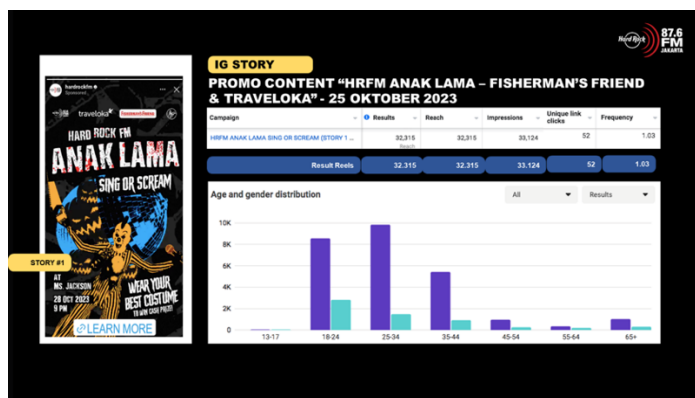
Media Sosial Analisis

Analisis media adalah langkah awal dalam evaluasi atau analisis yang bertujuan untuk mengukur kinerja sebuah akun merek produk atau akun pribadi di media sosial (Santoso, 2020). Hard Rock FM mengukur dan melakukan analisis Promosi digital yang mereka lakukan dengan melihat langsung dari insight yang disediakan oleh Instagram untuk melihat laporan engagement dan reach selain itu Hard Rock FM juga memakai alat analitik yang bernama iconosquare untuk melihat kinerja konten-konten yang mereka produksi. Yang mana ini sangat bagus karena dengan melakukan ini Hard Rock FM bisa melakukan evaluasi promosi digital yang mereka lakukan agar kedepannya promosi digital yang mereka lakukan tingkat keberhasilannya bisa lebih tinggi.



Gambar 2. Report Promosi digital Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream (Reels)
 Sumber: Hard Rock FM

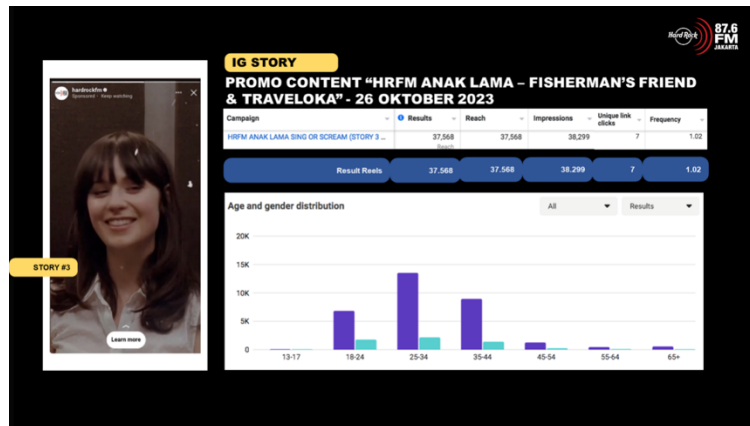
Promosi digital berbentuk reels yang dilakukan oleh Hard Rock FM ini memiliki reach sebesar 43.085, impression 43.574, unique clicks 25 dan frequency 1.01 ini artinya promosi digital yang dilakukan oleh Hard Rock fm dalam mempromosikan event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama 43.085 akun telah melihat promosi digital tersebut setidaknya sekali. promosi digital tersebut telah muncul sebanyak 43.574 kali ini menunjukkan kalau beberapa pengguna telah melihat promosi digital tersebut lebih dari sekali. 25 orang telah mengklik link dari postingan tersebut (frequency). Dan rata-rata setiap akun melihat promosi digital tersebut sebanyak 1.01 kali.



Gambar 3. Report Promosi Digital Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream (IG Story)
 Sumber: Hard Rock FM

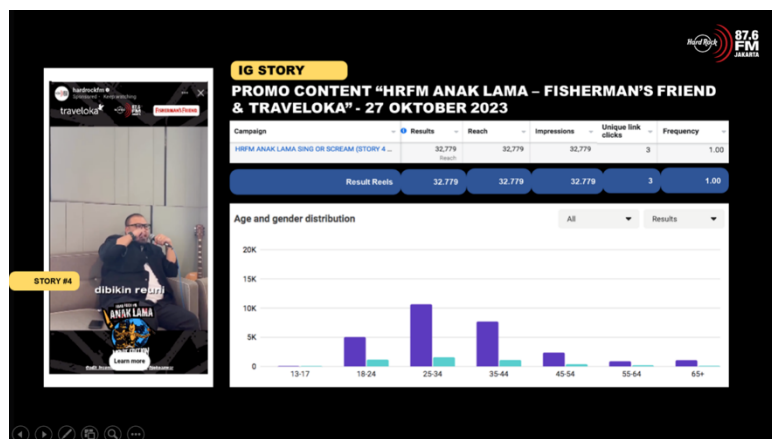
Analisis Promosi Digital Media Sosial Instagram dalam Mendatangkan Pengunjung (Studi Kasus Event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream)

Promosi digital tersebut memiliki Reach sebesar 32.315, impression 33.124, unique link clicks sebesar 52, frequency 1,03. Yang artinya 32.315 akun telah melihat promosi digital ini setidaknya sekali. Postingan promosi digital tersebut telah muncul 33.124 kali di feed pengguna ini menunjukkan beberapa pengguna melihatnya lebih dari sekali. 52 orang telah mengklik link dalam postingan tersebut. Rata-rata setiap akun melihat postingan ini 1.03 kali.



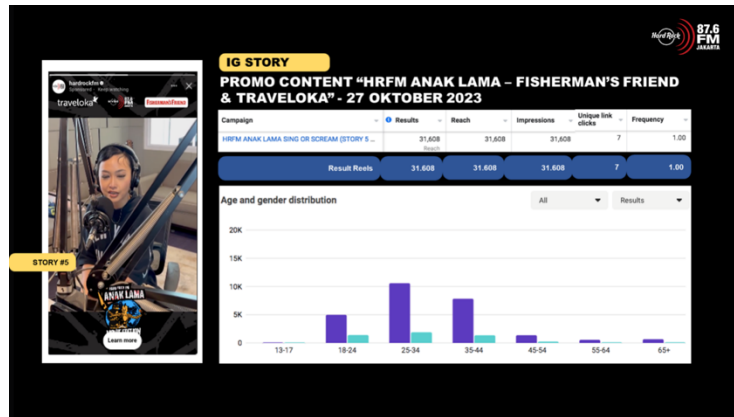
Gambar 4. Report Promosi Digital Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream (IG Story)
Sumber: Hard Rock FM

Promosi digital event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama ini mempunyai reach sebanyak 37.568, impression sebanyak 38.299, unique click links sebanyak 7 kali, dan frequency 1.02. Ini artinya sebanyak 37.568 melihat postingan ini setidaknya sekali, postingan tersebut telah muncul sebanyak 38.299 kali di feed pengguna ini menunjukkan beberapa akun pengguna melihatnya lebih dari sekali. 7 akun pengguna telah mengklik link yang ada di postingan tersebut. Rata-rata setiap akun melihat postingan tersebut sebanyak 1.02 kali.



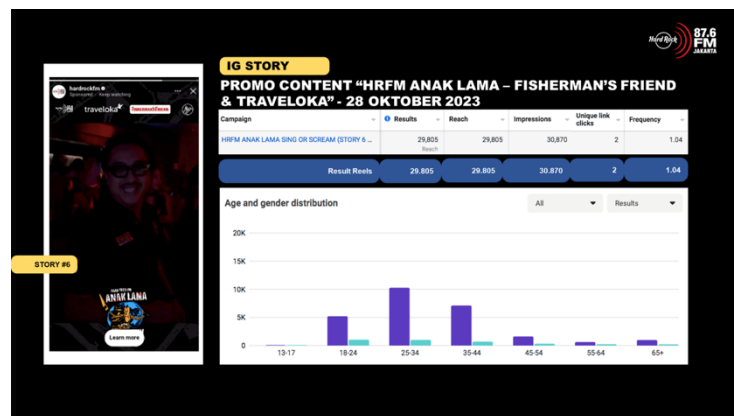
Gambar 5. Report Promosi Digital Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream
Sumber: Hard Rock FM

Promosi digital ini mempunyai 32.779 reach, 32.779 impressions, 3 unique link clicks dan 1.00 frequency. Ini artinya sudah 32.779 akun melihat promosi digital ini. Promosi digital ini telah muncul sebanyak 32.779 kali di feed pengguna ini menunjukkan beberapa akun melihatnya lebih dari sekali. 3 dari akun-akun mengklik link atau tombol dalam postingan tersebut. Rata-rata setiap akun melihat postingan ini sebanyak 1.00 kali.



Gambar 6. Report Promosi Digital Hard Rock FM Anak Lama (IG Story).
 Sumber: Hard Rock FM

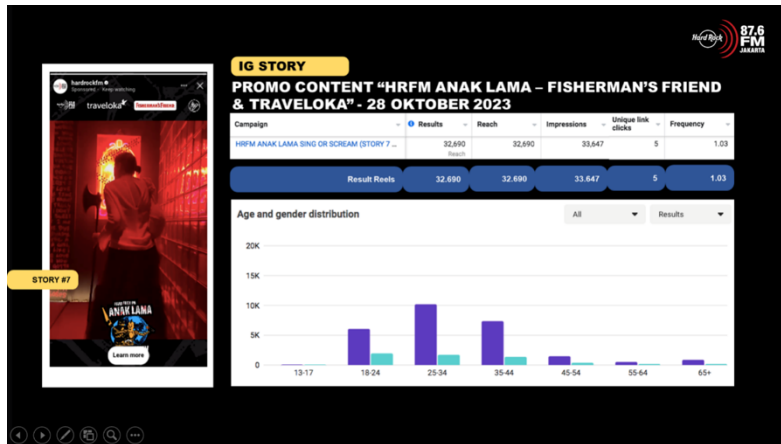
Postingan ini memiliki 31.608 reach, 31.608 impression, 7 unique clicks, 1.00 frequency. Ini artinya 31.608 telah melihat postingan ini. postingan ini telah muncul sebanyak 31.608 kali di feed. 7 dari akun tersebut telah mengklik link yang ada di postingan tersebut. Rata rata setiap akun tersebut melihat postingan ini sebanyak 1.00 kali.



Gambar 7. Report Promosi Digital Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream (IG Story)
 Sumber: Hard Rock FM

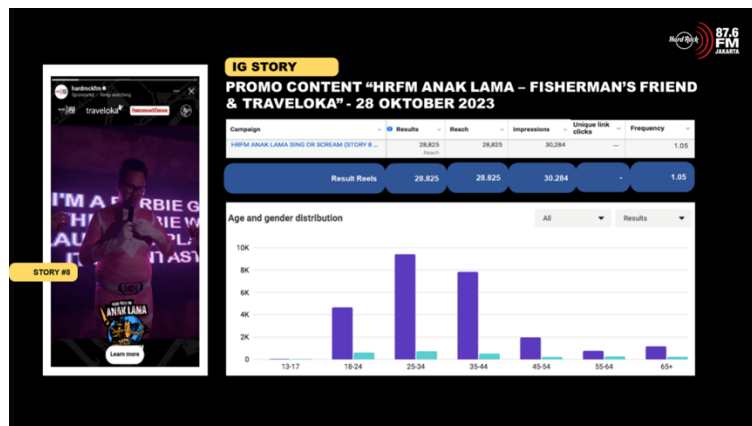
Postingan ini memiliki 29.805 reach, 30.870 impression 2 unique clicks, 1.04 frequency. Ini artinya 29.805 akun telah melihat postingan ini. postingan ini telah muncul sebanyak 30.870 kali yang artinya beberapa pengguna melihatnya lebih dari sekali. 2 dari akun-akun tersebut telah mengklik link dalam postingan ini. rata-rata setiap akun melihat postingan ini sebanyak 1.04 kali

Analisis Promosi Digital Media Sosial Instagram dalam Mendatangkan Pengunjung (Studi Kasus Event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream)



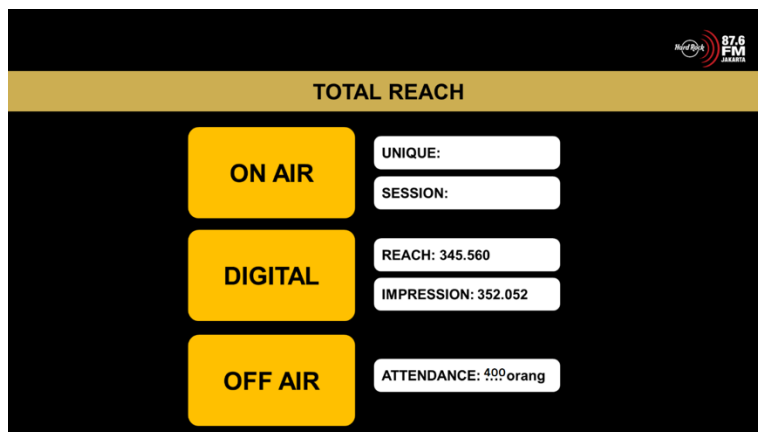
Gambar 8. Report promosi digital Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream (IG Story)
Sumber: Hard Rock FM

Postingan memiliki 32.690 reach, 33.647 impressions, unique link clicks 5 dan 1.03 frequency. Ini artinya 32.690 akun telah melihat postingan ini. postingan ini telah muncul sebanyak 33.647 kali di feed pengguna, ini menunjukkan beberapa pengguna melihatnya lebih dari sekali. 5 dari akun-akun tersebut mengklik link dalam postingan tersebut. Rata-rata setiap akun melihat postingan ini sebanyak 1.03 kali



Gambar 9. Report Promosi Digital Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream (IG Story)
Sumber: Hard Rock FM

Postingan ini memiliki 28.825 reach, 30.284 impressions dan 1.05 frequency. Ini artinya 28.825 akun telah melihat postingan ini, postingan ini telah muncul 30.284 kali di feed pengguna. Rata-rata setiap akun melihat postingan ini sebanyak 1,05 kali. Berikut hasil keseluruhan reach dan impression dari Promosi Digital Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream



Gambar 10. Report Promosi Digital Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream
Sumber: Hard Rock FM

Kesimpulan

Hasil penelitian ini berkaitan dengan tujuan dari penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui strategi promosi apa saja yang dilakukan oleh hard Rock FM untuk mempromosikan event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream melalui Instagram dan Untuk mengetahui apakah promosi digital yang dilakukan oleh Hard Rock FM melalui media Sosial Instagram efektif dalam mendatangkan pengunjung ke Event Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream. Tujuan penelitian ini terjawab seperti yang sudah peneliti bahas di bab 4, Promosi digital yang dilakukan oleh Hard Rock FM dalam mempromosikan event Karaoke Night Hard Rock FM Anak Lama Sing or Scream merujuk dari hasil wawancara, observasi yang peneliti lakukan dan data promosi digital dari Hard Rock FM belum sepenuhnya efektif dalam mendatangkan pengunjung. Meskipun mereka sudah berupaya mempromosikan event ini dengan cara digital di sosial media Instagram. Karena orang-orang yang datang ke event tersebut tidak semuanya datang karena melihat atau dipersuasi oleh promosi digital yang dilakukan oleh Hard Rock FM di Instagram. Meskipun Hard Rock FM sudah memanfaatkan fitur-fitur di Instagram seperti reels, Instagram Story, Instagram Live hingga memanfaatkan fitur boosting Instagram Ads dan bukan itu saja mereka juga melakukan e-invitation ke influencer di Instagram. Melihat dari data promosi digital Hard Rock FM di Instagram total keseluruhan reach dari promosi digital yang dilakukan Hard Rock FM di Instagram mencapai 345.560 dan impression yang mencapai 352.052. yang mana setiap postingan mencapai 28.000 hingga 43.000 reach per postingan. Tetapi orang-orang yang datang hanya 400 orang. Ini menunjukkan hanya 0,12 persen orang yang datang ke event tersebut dari keseluruhan reach promosi digital yang dilakukan oleh Hard Rock FM.

BIBLIOGRAFI

- Awaluddin, R. (2021). Jenis-jenis digital marketing. *Digital Marketing: Konsep Dan Strategi*, 1, 116.
- Bonita, I., Bahfiarti, T., & Sonni, A. F. (2023). Marketing Communication Strategies in Increasing the Number of Visitors to Karaoke Night Bernyanyi Bermasa. *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities*, 12. <https://doi.org/10.30595/pssh.v12i.806>
- Chrismardani, Y. (2014). Komunikasi pemasaran terpadu: implementasi untuk UMKM. *Neo-Bis*, 8(2), 179–189.
- Hamad, I. (2008). Memahami Komunikasi Pemasaran Politik. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 147–162.
- Kasim, F. M., Lisa, E., & Yani, A. (2022). Remaja dan Karaoke Malam Kota Lhokseumawe. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*, 2(2). <https://doi.org/10.29103/jspm.v2i2.6084>

- Kelvin, K., Susanto, S., Melson, M., & Eryc, E. (2024). Pengaruh Strategi Integrasi Digital Marketing Gojek Terhadap Visibilitas dan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(9), 317–327.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Ni'matuzahroh, S., & Prasetyaningrum, S. (2018). *Observasi: teori dan aplikasi dalam psikologi* (Vol. 1). UMMPress.
- Oktarini, R. (2022). *Buku Ajar Strategi Pemasaran*. Cipta Media Nusantara.
- Petrovic, S. (2023). From karaoke to lip-syncing: performance communities and TikTok use in Japan. *Media International Australia*, 186(1). <https://doi.org/10.1177/1329878X221106565>
- Ramadiansyah, S. A., & Pratiwi, N. I. (2024). Pelatihan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai alat promosi produk UMKM di Desa Sibang Gede Abiansemal Bali. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2694–2701.
- Syira, S. D., Fauzi, A., Woestho, C., Vilani, L., Firmansyah, P. D., Pratama, D. R., Apriliana, A. D., Ghaffar, N. S. A., & Putri, D. A. (2023). Pemanfaatan Big Data dalam Peningkatan Efektivitas Strategi Komunikasi Marketing Terpadu pada Perusahaan E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 4(5), 891–900.
- Utami, H. (2021). *Manajemen Event dan Proyek: Antara Konsep dan Praktiknya*. UNJ Press.
- Widyastuti, S. (2017). *Manajemen komunikasi pemasaran terpadu: Solusi menembus hati pelanggan*. Feb-Up Press.
- Wijaya, S., Kristanti, M., Thio, S., & Jokom, R. (2023). *Manajemen Event*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Wirapraja, A., Hariyanti, N. T., & Aribowo, H. (2023). Kajian Literatur Dampak dan Pengaruh Digital Influencer Marketing terhadap Perkembangan Strategi Bisnis. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(1), 37–47.

Copyright holder:

Dennise Ikhran Javier, Koramen Haulian Sirait (2024)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

