

Abstrak

Internet merupakan suatu jaringan komunikasi yang mempunyai banyak manfaat bagi setiap individu pemakainya seperti hiburan, komunikasi, edukasi. Selain itu, di era sekarang internet sudah banyak digunakan untuk berbisnis dan mempromosikan produk atau jasa salah satunya melalui media sosial seperti contohnya Instagram. Ruang Bimbingan Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang lembaga bimbingan belajar yang bertujuan memberikan dukungan pendidikan kepada siswa dari berbagai jenjang akademik. Ruang Bimbingan Indonesia melakukan promosi melalui Instagram, berupa konten-konten informasi tentang Ruang Bimbingan Indonesia yang menarik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perancangan konten promosi Instagram Ruang Bimbingan Indonesia untuk mengetahui apa yang dilakukan oleh Ruang Bimbingan ini sudah tepat atau belum. Pada pengoprasiaan media sosial mempunyai 4C yang menjadi indikator utama yaitu *context, communication, collaboration, connection*.

Penelitian ini saya menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif dengan cara pengumpulan data menggunakan observasi, dokumentasi, wawancara. Penelitian ini memiliki pertanyaan yang dimana terdapat 8 pertanyaan yang didalamnya terkait konten Instagram sebagai media promosi Ruang Bimbingan Indonesia.

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan konten media sosial marketing Instagram yang sudah diteliti bersikap efektif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk pengembangan Instagram Ruang Bimbingan Indonesia.

Kata Kunci : Internet, sosial media, konten sosial media Instagram