

**PENGGUNAAN APLIKASI INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
PADA PERHIASAN PERAK TRENDS SILVER  
DI KABUPATEN PADANG PARIAMAN**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program studi diploma III  
Manajemen Perdagangan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh  
Gelar Ahli Madya*



**KEVIN AFRIZON**  
**NIM 18134048**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERDAGANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2023**

**PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**PENGGUNAAN APLIKASI INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
PADA PERHIASAN PERAK TRENDS SILVER  
DI KABUPATEN PADANG PARIAMAN**

Nama : Kevin Afrizon  
BP/NIM : 2018/18134048  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)  
Fakultas : Ekonomi

Padang, Juni 2023

Diketahui Oleh  
Koordinator Program Studi  
Diploma III Manajemen Perdagangan

Disetujui Oleh  
Pembimbing Tugas Akhir



Dina Patrisia, SE, M.Si. Ph. D.  
NIP. 19751209 199903 2 001



Dina Patrisia, SE, M.Si. Ph. D.  
NIP. 19751209 199903 2 001

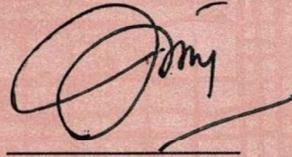
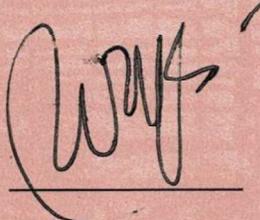
## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

### PENGUNAAN APLIKASI INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PERHIASAN PERAK TRENDS SILVER DI KABUPATEN PADANG PARIAMAN

**Nama** : Kevin Afrizon  
**BP/NIM** : 2018/18134048  
**Program Studi** : Manajemen Perdagangan (DIII)  
**Fakultas** : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, Juni 2023

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Ketua	Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph, D..	
2. Anggota 1	Muthia Roza Linda, SE, MM.	
3. Anggota 2	Whyosi Septrizola, SE, MM.	

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kevin Afrizon  
Tahun Masuk/NIM : 2018/18134048  
Tempat/Tgl. Lahir : Sungai Sarik/ 27 April 1999  
Program Studi : Diploma III Manajemen Perdagangan  
Keahlian : Manajemen Perdagangan  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Sungai Sarik, Pariaman  
Judul Tugas Akhir : Penggunaan Aplikasi Instagram Sebagai Media Promosi Pada Perhiasan Perak Trends Silver Di Kabupaten Padang Pariaman

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji, dan ketua Program Studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, Juni 2023  
Yang Menyatakan

Kevin Afrizon

## ABSTRAK

**Kevin Afrizon** : **Penggunaan Aplikasi Instagram Sebagai Media Promosi Pada Perhiasan Perak Trends Silver di Kabupaten Padang Pariaman**  
**Pembimbing** : **Dina Patrisia, SE, M.Si. Ph, D.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk penggunaan Instagram sebagai media promosi pada Perhiasan Perak Trends silver di Kabupaten Padang Pariaman. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara. Hasil penelitian penggunaan Instagram sebagai media promosi pada Perhiasan Perak Trends Silver di Kabupaten Padang Pariaman yaitu: periklanan (*advertising*) menyampaikan informasi berupa tulisan, foto, video dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada instagram. Publisitas (*Public relation*) di Instagram berupa testimonial dan galeri foto @trends\_silver seperti video, foto dari para konsumen, serta *feeds*. Promosi penjualan (*Sales promotion*) dengan pemberian *discount* untuk pembelian lebih dari tiga barang. Pemasaran langsung (*Direct marketing*) dengan melakukan *direct message*(DM), membuat katalog semenarik mungkin di Instagram seperti mencantumkan nama dan nomor telepon pada profil instagram, *section*, *unboxing time*, keterangan foto dan *hashtag* dalam setiap unggahan yang berisi foto perhiasan lengkap mulai dari gelang, cincin, anting, kalung, dan liontin.

**Kata Kunci: Bauran Promosi, Instagram.**

## KATA PENGANTAR



*Alhamdulillah Rabbil'alamin* Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala karunia dan limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis telah dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul **“Penggunaan Aplikasi Instagram Sebagai Media Promosi pada Perhiasan Perak Trends Silver Di Kabupaten Padang Pariaman.”**

Penulisan Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Dalam penulisan Tugas Akhir ini, tentu tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si, Ak,CA,Ph.D. selaku ketua Program Studi DIII Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi dan selaku pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, serta nasehat kepada penulis dalam berbagai hal yang berkaitan dengan penulisan Tugas Akhir.
2. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Muthia Roza Linda, SE, MM. dan Ibu Whyosi Septrizola, SE, MM. selaku tim penguji yang telah memberikan saran dan masukan untuk memperbaiki dalam kesempurnaan Tugas Akhir ini.

4. Bapak dan Ibu dosen, serta staf pengajar dan karyawan Program Studi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
5. Karyawan/ti Program Studi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
6. Orang tua yang mulia ayahanda dan ibunda tercinta yang selalu menemani dan memberikan motivasi kepada penulis baik moril maupun materil serta do'anya kepada penulis.
7. Pemilik Trend Silver
8. Teman- teman dan pihak yang membantu

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata kesempurnaan dan masih ada kekurangan karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan kesempurnaan penelitian ke depannya. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.Aamiin

Padang, Juni 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	v
<b>DAFTAR ISI</b>	vii
<b>DAFTAR TABEL</b>	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	2
A. Latar Belakang	2
B. Perumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	12
A. Pemasaran	12
B. Bauran Pemasaran	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
1. Pengertian Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
2. Elemen Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
C. Promosi	13
1. Pengertian Promosi	13
2. Tujuan Promosi	14
D. Media Sosial	19
1. Pengertian Media Sosial	19
2. Jenis-jenis Media Sosial	20
E. Instagram	22
1. Pengertian Instagram	22
2. Pemanfaatan Instagram	23
3. Instagram Sebagai Sarana Promosi	25
4. Model Pemasaran Instagram.	26

<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	31
A. Bentuk Penelitian	31
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	31
C. Rancangan Penelitian	32
D. Teknik Pengumpulan Data	34
E. Objek Penelitian	35
F. Sumber Data	35
G. Teknik Analisis	35
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b>	35
A. Profil Perusahaan	35
1. Sejarah Berdirinya Trends Silver	35
2. Visi dan Misi	36
3. Struktur Organisasi Trends Silver	37
4. Jenis-Jenis Produk	37
B. Pembahasan	38
<b>BAB V PENUTUP</b>	45
A. Kesimpulan	45
B. Saran	46
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	48
<b>LAMPIRAN</b>	<b>48</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Akun Instagram Perhiasan Perak yang Ada di Kab. Padang Pariaman	7
Tabel 2. Jenis-Jenis Produk Perhiasan Trends Silver	37

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Waktu Orang Indonesia Mengakses Media Digital Tahun 2022	4
Gambar 2. Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2022	5
Gambar 3. Toko Trends Silver	35
Gambar 4. Struktur Organisasi Trends Silver	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Gambar 5. Foto Periklanan	39
Gambar 6. Foto Bersama Pelanggan	40
Gambar 7. Foto Produk Trends Silver	41
Gambar 9. Foto Testimonial dan Feeds	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Gambar 10. Foto Diskon	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Gambar 11. Foto Katalog Instagram Trends Silver	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Dokumentasi Penelitian	47
---------------------------	----

## **BAB 1 PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan zaman di era modern sekarang ini sudah sangat luar biasa dan semakin sulit untuk dikendalikan seperti yang paling pesat adalah bidang ekonomi, teknologi informasi dan komunikasi. Sebelum terjadinya perkembangan teknologi, kegiatan perdagangan dilaksanakan dengan manual atau dijuluki dengan pemasaran konvensional dengan jangka persebarannya tidaklah begitu luas. Beriringan dengan berkembangnya teknologi, internet juga dimanfaatkan menjadi media pemasaran. Penggunaan media internet serta segala kelebihan di dalamnya digunakan sebagai media perdagangan yang disebut online. Secara teori, kebijakan yang diambil oleh setiap pengusaha untuk memasarkan produknya merupakan gabungan keempat aktivitas pemasaran yaitu *marketing mix* atau kolaborasi pemasaran. Sebuah unsur dari kolaborasi pemasaran itu adalah promosi, berdampingan dengan penentuan harga, distribusi, serta produk (Nuraini, 2019).

Menurut Kotler, 2018 Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan membujuk dan mengingatkan pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu ataupun rumah tangga. Promosi penting untuk dilakukan untuk pengembangan bisnis, meningkatkan *brand awreness* produk di masyarakat, atau untuk menjaga ekstensi produk tersebut di pasaran. Walaupun bagus nya produk dijamin, kisaran harga

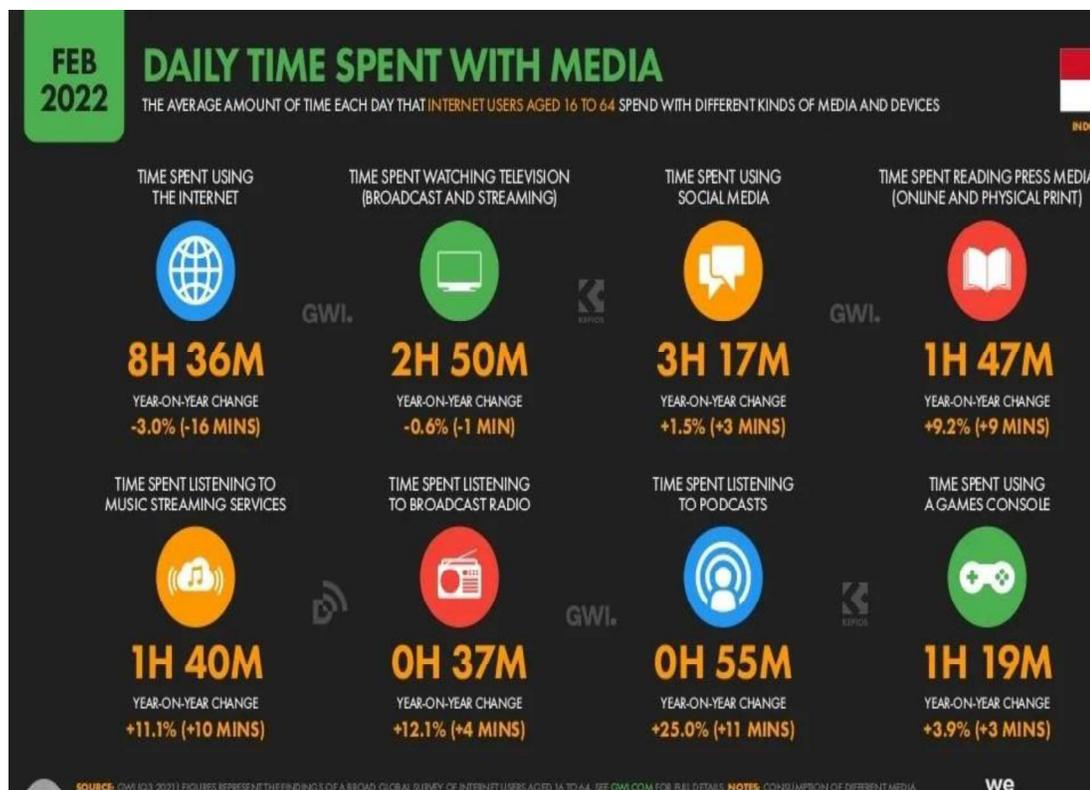
terjangkau, dan produk tidak sukar didapat, tanpa adanya promosi yang baik tingkat penjualan juga tidak akan mencukupi.

Promosi salah satunya dapat dilakukan melalui iklan pada media sosial seperti *platform* Instagram. Iklan yaitu suatu bentuk penyampaian melalui komunikasi kepada orang banyak dengan tujuan memberikan informasi untuk mempengaruhi konsumen agar menciptakan kesan yang dapat memuaskan keinginan konsumen. Promosi biasanya dilakukan melalui testimoni kesaksian dari konsumen yang sudah pernah membeli produk, biasanya konsumen memberikan komentar atas produk yang telah dibelinya pada media sosial, lalu merekomendasikan produk yang dia beli kepada orang lain di akun media sosial miliknya. Kemudian ada juga yang menggunakan cara *endorse* sebagai usaha untuk melakukan promosi. Endorse bisa dilakukan dengan cara membayar orang yang memiliki pengikut atau followers lebih banyak atau biasa dikatakan sebagai selebgram untuk mempromosikan kepada orang banyak tentang barang atau jasa yang ditawarkan (Arvanitha, 2019).

Promosi dapat dilakukan melalui internet dengan menggunakan media sosial karena selain dikenal efektif dan efisien, juga menghindari dana promosi yang besar. Konsumen dengan efisien menemukan segala informasi tentang barang yang ingin dibeli dengan tidak bertatap langsung. (K. Kotler, 2009) media sosial adalah sisi pemasaran dari ecommerce, terdiri dari kerja suatu perusahaan untuk mengkomunikasikan, mempromosikan, menjual sesuatu

barang dan jasa melalui internet.

Setiap jenis media sosial memiliki pasarnya masing-masing dan memiliki fungsi yang berbeda. Saat ini, media sosial tidak hanya digunakan untuk hiburan tetapi juga untuk peluang besar dalam dunia bisnis. Dalam dunia bisnis, kita pasti membutuhkan marketing yang baik dan wadah yang tepat. Saat ini terdapat situs media sosial di Indonesia dengan banyak pengguna aktif dan populer yaitu salah satunya Instagram (Mardian et al., 2022). Berikut ini adalah gambar waktu orang Indonesia mengakses media digital tahun 2022:



**Gambar 1. Waktu Orang Indonesia Mengakses Media Digital Tahun 2022**

Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

selanjutnya adalah gambar Data Pengguna Internet dan Media Sosial Di  
Indonesia Tahun 2022



**Gambar 2. Data Pengguna Internet dan Media Sosial Di Indonesia Tahun 2022**

Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

Menurut riset yang diterbitkan oleh Andi.Link dari *We Are Social Hootsuite* menyatakan bahwa Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki populasi pengguna internet terbesar di dunia. bulan Januari 2022, terdapat 204,7 juta pengguna internet di tanah air. Jumlah tersebut meningkat 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada bulan Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta dengan tingkat penetrasi internet mencapai 73,7% dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 277,7 juta orang dan menghabiskan waktu 8 jam 36 menit sehari

untuk berinternet. Sebanyak 204,7 juta orang tersebut, 191,4 juta orang di mana merupakan pengguna aktif media sosial dengan rata-rata waktu penggunaan media sosial 3 jam 17 menit.

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial dengan fitur membagikan gambar ataupun video yang diunggah online. Setelah diluncurkan pada tahun 2010, Instagram masih menjadi kanal yang banyak diminati sampai saat ini. Dalam rangkuman data yang diterbitkan oleh Andi.Link dari *We Are Social Hootsuite*, di Indonesia pada Februari 2022, banyaknya pemakai instagram mencapai 84,4% dari jumlah populasi setara dengan 99,15 juta jiwa. Popularitas ini membuka kesempatan besar untuk pelaku bisnis dalam hal mempromosikan produk mereka untuk dikenal banyak orang, dengan berbagi gambar yang dapat dilakukan dalam hitungan menit. Kemudian gambar dapat dilihat oleh siapapun yang mengikuti akun pelaku bisnis itu, tanpa menghimpun dana.

Dalam Instagram terdapat banyak interaksi jual beli yang dilakukan, mulai dari berbagai objek yang berbeda hingga berbagai kualitas yang berbeda pula. Salah satu yang sedang trends saat ini adalah jual beli perhiasan yang terbuat dari perak yang dapat dengan mudah ditemukan di Instagram. Bagi sebagian orang khususnya yang masih berstatus pelajar atau bahkan dari kalangan masyarakat umum yang ingin tampil menarik namun dengan biaya yang rendah, banyak juga yang menggunakan perhiasan perak.

Perhiasan perak pada umumnya memiliki harga yang lebih terjangkau daripada perhiasan yang terbuat dari emas murni dan lebih berkualitas dari perhiasan yang terbuat dari bahan lainnya. Perhiasan perak merupakan bisnis yang membutuhkan banyak inovasi dan kreatifitas dalam pengembangannya sehingga dibutuhkan strategi yang tepat agar konsumen atau pelanggan dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan. Setiap perusahaan menginginkan agar usahanya dapat berjalan dengan baik, lancar, serta banyak diminati oleh konsumen. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan minat beli konsumen dalam upaya meningkatkan keuntungan.

Berkembangnya bisnis perhiasan perak salah satunya dapat dilihat dari banyaknya online shop yang menjual produk serupa pada media sosial, khususnya media sosial Instagram. Berikut beberapa contoh akun Instagram penjual perhiasan perak yang aktif yang di Kabupaten Padang Pariaman:

**Tabel Akun Instagram Perhiasan Perak yang Ada di Kabupaten Padang Pariaman**

<b>Akun Instagram</b>	<b>Jumlah Followers</b>
@trends_silver	166
@tm_permata	108
@silverindah	79,2 ribu
@tmsinarabadi2	53,7 ribu
@rj_silver	1,4 ribu

Sumber : Data primer diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 1 terdapat 5 akun instagam yang menjual perhiasan perak menggunakan media sosial instagram di Kabupaten Padang Pariaman salah satunya adalah Trends Silver yang ikut serta memanfaatkan perkembangan media sosial instagram untuk meningkatkan pemasarannya dengan nama @trends\_silver beralamat di jalan Korong Duku Banyak Nagari Halah Aja Aia Timur Kecamatan VII Koto Sungai Sarik Kabupaten Padang Pariaman, yang berdiri pada tanggal 14 Oktober 2015. *Owner* memanfaatkan fitur-fitur yang ada di instagram karena dapat memberikan dampak positif bagi pemasaran dan Instagram dilengkapi dengan berbagai fitur yang menarik, seperti: *feed* Instagram digunakan untuk menata katalog produk yang dijualnya agar terlihat lebih menarik di mata konsumen, *Stories*, *Reels*, *Dirrect Message*, *Shopping dan live video*. Dengan fitur-fitur tersebut pelaku usaha bisa membuat konten promosi semenarik mungkin untuk mempromosikan tempat, perhiasan, atau pun diskon yang diberikan guna memikat konsumen.

Saat ini, *followers* Trends Silver sudah mencapai 166 pengikut dan 75 postingan produk, di mana hampir semua postingan yang sudah di *upload* tersebut sudah *soldout* atau terjual. Hal ini menandakan bahwa Trends Silver merupakan toko perhiasan perak yang sudah mulai dikenal di Instagram khususnya di Kabupaten Padang Pariaman dan berhasil dalam memikat hati konsumen. Produk-produk yang ditawarkan oleh Trends Silver bervariasi seperti: kalung, gelang, cincin, anting dan perhisn lainnya. Selain perhiasan yang ditawarkan, konsumen juga dapat memilih dan *request* model sendiri

dengan nama pribadi. Oleh karena itu, Trends Silver memiliki strategi dengan cara menjual dan memasarkan dengan memanfaatkan media sosial Instagram untuk menarik minat daya beli konsumen.

Harga produk yang ditawarkan oleh Trends Silver sangat terjangkau. Namun, Trends Silver tetap menetapkan “ada harga ada kualitas.” Artinya semakin tinggi harganya, maka semakin bagus pula kualitas dan kedulitannya. Harga merupakan faktor penting yang digunakan konsumen sebagai bentuk pencarian informasi. Dalam memberikan informasi kepada konsumennya, Trends silver menata katalog produknya pada *feed* di Instagramnya dengan sangat variatif, sehingga mudah dipahami oleh konsumen. Katalog produk Instagram memuat informasi yang sangat lengkap, yang terdiri dari jenis produk, berat, harga, *size*, serta kondisi barang. dengan adanya informasi yang lengkap, maka akan memudahkan konsumen dalam menggali informasi untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Informasi tersebut merupakan salah satu strategi promosi yang digunakan oleh Trends Silver karena di *caption* postingan tersebut berisi kata kata mengajak seseorang untuk membeli produk tersebut. Di dalam katalog *feed* Instagram, Trends Silver juga memuat informasi *sold* atau tidaknya suatu produk yang dijualnya. Apabila *sold* berarti sudah terjual dan yang belum ada kata *sold* berarti masih *ready* atau masih bisa di *order* oleh pembeli. Dengan demikian maka konsumen akan semakin yakin untuk berbelanja di Trends Silver karena sudah banyak sekali postingan yang menyebut bahwa produk sudah tertulis *sold*.

Persaingan yang cukup ketat mengakibatkan Trend Silver tidak bisa menaikkan harga sesuai keinginan, meskipun pada kenyataannya sangat membutuhkan kreatifitas lebih untuk menarik ketertarikan konsumen terhadap perhiasan perak yang dijual. Persaingan yang ketat dalam bisnis perhiasan perak, menuntut *owner* Trends Silver untuk memasarkan produknya dengan strategi penawaran atau promosi yang menarik, khususnya di media sosial Instagram. Hal ini dimaksudkan agar produk yang dihasilkan dan dipasarkan memiliki nilai jual yang tinggi dan semakin dikenal banyak orang, serta mampu bersaing dalam bisnis di bidang yang sama.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi pada Perhiasan Perak Trends Silver Di Kabupaten Padang Pariaman.”**

#### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut dapat dirumuskan masalah,yaitu bagaimana bentuk penggunaan Instagram sebagai media promosi pada Perhiasan Perak Trends silver di Kabupaten Padang Pariaman?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk penggunaan Instagram sebagai media promosi pada

Perhiasan Perak Trends Silver di Kabupaten Padang Pariaman.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat terutama:

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan memperluas wawasan berpikir penulis, dan dapat memberikan informasi yang mendalam mengenai penerapan penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana promosi serta sebagai pemenuhan persyaratan gelar A. Md kelulusan dari Diploma III Manajemen Perdagangan Universitas Negeri Padang.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat membantu pihak Trends Silver dalam meningkatkan dan mengevaluasi pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi.

3. Bagi Universitas

Sebagai bahan perpustakaan dan perbandingan bagi mahasiswa di masa yang akan datang terutama pada bidang pemasaran berbasis Media Sosial Instagram.