

INTISARI

Penggunaan Instagram oleh NUJEK Banyumas dimulai sekitar 2 tahun yang lalu. Namun, konten di Instagram dengan nama akun Nujuk_Banyumas hanya berfokus pada konten foto yang berisi informasi. Mulai dari hal tersebut, perlu menggunakan media sosial seperti Instagram reels dengan tujuan mengelola promosi dan pemasaran layanan aplikasi Nusantara Ojek (NUJEK). Hal ini diperlukan untuk mengingat kekuatan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran produk yang sangat efektif. Kajian ini bersifat langsung dengan melibatkan konten kreator terjun langsung kelapangan dalam pembuatan video pemasaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode observasi yang diambil adalah menggali masalah mitra dengan mengidentifikasi masalah, terutama dalam hal pembuatan video pemasaran melalui Instagram Reels yang bertujuan untuk memperluas penyebaran informasi mengenai aplikasi Nusantara Ojek (NUJEK). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi sosial media marketing melalui Instagram reels sangat efektif dan mencapai tujuan dengan membangun brand awareness khususnya daerah Kabupaten Banyumas.

Kata kunci: Nusantara Ojek (NUJEK), Banyumas, kualitatif deskriptif, observasi, brand awareness, Video Pemasaran.

ABSTRACT

The use of Instagram by NUJEK Banyumas started about 2 years ago. However, the content on Instagram with the account name Nujek_Banyumas only focuses on photo content that contains information. Starting from this, it is necessary to use social media such as Instagram reels with the aim of managing the promotion and marketing of the Nusantara Ojek (NUJEK) application service. This is necessary to remember the power of social media as a very effective means of product promotion and marketing. This study is direct by involving content creators who are directly involved in making marketing videos. The method used in this research is observation with a descriptive qualitative approach. The observation method taken is to explore partner problems by identifying problems, especially in terms of making marketing videos through Instagram Reels in the form of video ads and Instagram Stories which aim to expand the dissemination of information about the Nusantara Ojek (NUJEK) application. The results of this study indicate that the social media marketing strategy through Instagram reels is very effective and achieves the goal by building brand awareness, especially in the Banyumas Regency area.

Keywords: Nusantara Ojek (NUJEK), Banyumas, descriptive qualitative, observasi, brand awareness, Video Marketing.