

ABSTRAK

Buku Menembus Garis Batas merupakan buku biografi milik Greysia Polii yang melakukan media sosial marketing melalui media sosial Instagram untuk meningkatkan pembelian buku. Uniknya dalam media sosial marketing yang digunakan Menembus Garis Batas pada akun Instagram @menembusgarisbatas konten yang disediakan tidak berfokus pada penjualan buku saja melainkan konten yang mengandung sosial masyarakat dan motivasi untuk pengembangan diri. Hal ini yang menjadi urgensi dalam penelitian diteliti oleh penulis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi media sosial marketing Instagram yang digunakan akun @menembusgarisbatas dalam meningkatkan pembelian Buku Menembus Garis Batas dan untuk mengetahui isi konten penjualan Instagram @menembusgarisbatas dengan menggunakan model AISAS. Adapun tujuan penelitian ini juga menjadi bagian dalam rumusan masalah yang diteliti oleh penulis. Pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif studi kasus. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah bahwa strategi media sosial marketing yang digunakan Instagram @menembusgarisbatas adalah melakukan perencanaan konten, menentukan konten yang sesuai dengan target audiens, mengimplementasikan konten dengan menarik, melakukan pengevaluasian konten, dan membangun ketertarikan dalam konten. Penulis juga menemukan bahwa konten penjualan yang dimiliki oleh Instagram @menembusgarisbatas berisikan empat jenis konten, konten persuasif, informatif, hiburan, dan interaktif. Konten penjualan juga memiliki proses agar dapat meningkatkan pembelian buku dengan diskusi. Instagram @menembusgarisbatas juga aktif dalam membangun interaksi dan melakukan kolaborasi. Penyusunan pesan dalam konten penjualan juga diperhatikan agar dapat memberikan dampak dalam pembelian.

Kata Kunci : Instagram, Media Sosial Marketing, Pembelian Buku.

ABSTRACT

The book *Menembus Garis Batas* is a biography of Greysia Polii who uses social media marketing through Instagram to increase book purchases. Uniquely, in the social media marketing used by *Menembus Garis Batas* on the Instagram account @menembusgarisbatas, the content provided does not focus on book sales alone but rather content containing social media and motivation for self-development. This is the urgency of the research studied by the author. This study aims to determine the Instagram social media marketing strategy used by the @menembusgarisbatas account in increasing purchases of the *Menembus Garis Batas* book and to determine the content of the Instagram sales content @menembusgarisbatas using the AISAS model. The purpose of this study is also part of the problem formulation studied by the author. This study uses qualitative case study research. The results obtained in this study are that the social media marketing strategy used by Instagram @menembusgarisbatas is to plan content, determine content that is appropriate to the target audience, implement content in an interesting way, evaluate content, and build interest in the content. The author also found that the sales content on the Instagram account @menembusgarisbatas consists of four types: persuasive, informative, entertaining, and interactive. The sales content also incorporates a process to increase book purchases through discussions. The Instagram account @menembusgarisbatas is also active in building interactions and collaborations. The messaging within the sales content is also carefully crafted to ensure an impact on purchases.

Keywords: *Instagram, Social Media Marketing, Book Purchase.*