

ABSTRAK

Instagram merupakan media sosial paling populer berdasarkan playstore. Secara khusus, instagram memungkinkan pengguna untuk berbagi gambar dan video baik secara publik atau pribadi, dan pengguna lain dapat melihat, berkomentar, dan mengklik tombol suka pada mereka. Selain itu instagram juga memiliki fitur-fitur penunjang yang lengkap dibandingkan sosial media yang lain. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis ketidakpuasan konsumen terhadap kinerja instagram CV. Hasil Barokah Mandiri dalam memasarkan Rainafa dan untuk menganalisis strategi optimasi instagram CV. Hasil Barokah Mandiri sebagai media promosi Rainafa. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif fenomenologi. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara mendalam dengan followers instagram Rainafa sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh peneliti berdasarkan studi kepustakaan yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Melalui hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penggunaan instagram sebagai media pemasaran organik coconut sugar rainafa masih kurang optimal. Ketidakpuasan dalam kinerja instagram Rainafa dapat dilihat dari 7 aspek yaitu context, content, community, customization, communication, connection dan commerce.

Kata Kunci: *instagram; media sosial; pemasaran; gula kelapa organik*