

# **PERANCANGAN BUKU GSM KONTEN KREATIF INSTAGRAM NAGOYA BARBERSHOP SEBAGAI MEDIA PERSUASI TARGET PASAR USIA 19-24 TAHUN DI KOTA MALANG**

**Aang Sally Monica, Aditya Nirwana, Bintang Pramudya P.P.**

**Universitas Ma Chung**

## **Abstrak**

Pesatnya perkembangan media sosial saat ini banyak dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu contohnya adalah media pemasaran yang menggunakan Instagram. Media ini dianggap lebih efektif karena selalu dilihat oleh semua orang dan penyebaran info lebih cepat dengan harga yang lebih murah. Media inilah yang dipilih oleh Nagoya Barbershop untuk mengembangkan bisnisnya ditengah persaingan kompetitor. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif milik Siyoto tahun 2015 yang mampu mencari data dengan lebih mendalam. Dalam penelitian ini, data yang dihasilkan dianalisa menjadi 9 jenis konten *barbershop* yang terdiri dari *haircut, vibes, steal hairstyle, tips, barbershop services, promo, qna, products, dan holiday greetings* yang sudah lengkap dengan Instagram Story dan Reels yang diatur dalam buku GSM. Buku ini sudah terbentuk mengatur semua *template* yang akan diterapkan dalam setiap konten. Aturan ini bersifat wajib agar hasil yang didapatkan konsisten dan mudah diingat oleh audiens. Selain GSM, peneliti juga sudah melengkapi dengan media pendukung yang dapat digunakan dalam pembuatan konten maupun media pemasaran. Setelah buku GSM ini diuji coba, ternyata tidak semua aturan dapat diterapkan dengan baik, ada beberapa peraturan yang tidak tertulis dan kurang sesuai di setiap fotonya. Tetapi hal ini tidak mengganggu hasil yang diinginkan dan sekilas tetap tampak sesuai. Sehingga buku ini dapat diterapkan untuk desainer yang akan bekerja di Nagoya Barbershop.

**Kata kunci :** Media Sosial, Nagoya Barbershop, Aturan

# **GSM BOOK DESIGN OF CREATIVE CONTENT INSTAGRAM NAGOYA BARBERSHOP AS PERSUASION MEDIA TARGET MARKET AGES 19-24 YEARS IN MALANG CITY**

**Aang Sally Monica, Aditya Nirwana, Bintang Pramudya P.P.  
Universitas Ma Chung**

## ***Abstract***

*The rapid development of social media is currently widely used in everyday life. One example is marketing media that uses Instagram. This media is considered more effective because it is always seen by everyone and the dissemination of information is faster at a lower price. This media is chosen by Nagoya Barbershop to develop its business in the midst of competition. The method used in this research is Siyoto's 2015 qualitative which is able to search for more in-depth data. In this study, the resulting data is analyzed into 9 types of barbershop content consisting of haircuts, vibes, steal hairstyles, tips, barbershop services, promos, qna, products, and holiday greetings which are complete with Instagram stories and reels and arranged in the GSM book. The GSM book that has been formed has set all the templates that will be applied to each content. This rule is mandatory so that the results obtained are consistent and easy for the audience to remember. In addition to GSM, researchers have also equipped supporting media that can be used in content creation and marketing media. After testing this GSM book, it turns out that not all rules can be applied properly, there are some rules that are not written and do not fit in each photo. But this does not interfere with the desired result and still looks appropriate at first glance. So that this book can be applied to designers who will work at Nagoya Barbershop.*

**Keyword** : Social Media, Nagoya Barbershop, Rules