

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KAMPUNG INGGRIS BANDUNG E-PLC MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @kampunginggrisbdg”. Kegiatan komunikasi pemasaran saat ini dapat dilakukan dimana saja, termasuk di media sosial Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Kampung Inggris Bandung E-PLC melalui media sosial Instagram dengan keberhasilannya memiliki jumlah pengikut yang cukup banyak dibandingkan dengan tempat kursus bahasa Inggris lain yang memiliki kesamaan nama tempat.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan Teori *Marketing Mix*, pemasaran jasa dari Zeithaml dan Bitner, yang bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran dengan mempertimbangkan aspek Produk (*Product*), Tempat/Saluran Distribusi (*Place*), Promosi (*Promotion*), dan Orang (*People*). Peneliti memperoleh data dengan menggunakan teknik observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi.

Hasil penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram oleh Kampung Inggris Bandung E-PLC yaitu bahwa Kampung Inggris Bandung E-PLC menyampaikan informasi mengenai produknya dengan jelas, menampilkan keunggulan produk serta perbedaan produk dengan pesaing. Instagram dipilih sebagai tempat/saluran distribusi (*place*) untuk menyampaikan informasi produk kepada pelanggan, dinilai sudah tepat, karena dapat mengetahui waktu-waktu yang tepat untuk menginformasikan produknya dan juga memahami secara jelas fitur *Insight* untuk mengetahui *feed back* dari pelanggan. Strategi yang dilakukan oleh Kampung Inggris Bandung E-PLC dalam mempromosikan produknya yaitu dengan melakukan *endorsement*, *media partner*, kerjasama dengan instansi dan *paid promote*. Sebelumnya, pihak E-PLC melakukan analisis kepada kompetitor yang lebih besar, kemudian menggunakan metode ATM (Amati, Tiru, Modifikasi) untuk menciptakan kegiatan promosi yang menarik. Dan strategi lain yang dilakukan yaitu dengan memanfaatkan peran *people* seperti memilih *influencer* yang juga siswa untuk mempromosikan produk E-PLC dan para tutor yang diwajibkan untuk mempublikasikan kegiatan selama pembelajaran berlangsung yang dipublikasikan melalui Instagram masing-masing.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Instagram, Kampung Inggris Bandung E-PLC

ABSTRACT

This research is entitled “STRATEGY OF MARKETING COMMUNICATIONS OF KAMPUNG INGGRIS BANDUNG E-PLC THROUGH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM @kampuninggrisbdg”. Marketing Communication activities now, can be done anywhere, including on social media Instagram

This research aims to find out the startegy of marketing communication carried out by Kampung Inggris Bandung E-PLC through social media Instagram with its success having a quite large number of followers compared to other english language courses that have the same name.

The reseacrh method used in this study is a qualitative research method with a descriptive approach, with Marketing Mix Theory, marketing service from Zeithaml and Bitner, which aims to determine the marketing strategy by considering aspects of Product, Place, Promotion and People. Researchers obtained data using observation techniques, in-depth interviews, and documentation.

The results of research about Marketing Communication through social media Instagram by Kampung Inggris Bandung E-PLC namely, that Kampung Inggris Bandung E-PLC clearly conveyed product information, demonstrate product superiority and the differences with competitors. Instagram chosen as a place or distribution channel to convey product informantion to the customers, is considered appropriate, because they can find out the right times to inform their product and also clearly understand the Insight feature to find out the feed back from customers. The strategy carried out by Kampung Inggris Bandung E-PLC in promoting their products is by endorsement, media partner, collaborating with agencies, and paid promote. Previously, E-PLC conducted an analysis of the larger competitors, then used the OCM method (Observe, Copy, Modify) to creat the attractive promotional activities. And other strategies carried out by utilizing the role of people such as selecting influencers who are also the students to promote E-PLC product and tutors are required to publish activities during the learning process that are published through their instagrans.

Key Words : The Strategy of Marketing Communication, Instagram, Kampung Inggris Bandung E-PLC

RINGKESAN

Panalungtikan ieu judulnya “STRATEGI KOMUNIKASI PAMASARAN KAMPUNG INGGRIS BANDUNG E-PLC NGALANGKUNGAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @kampunginggrisbdg”. Kagiatan komunikasi pamasaran ayeuna tiasa dilakukeun di mana waé, kalebet dina média sosial Instagram.

Panalungtikan ieu tujuanna nyaéta pikeun milarian strategi komunikasi pamasaran anu dilakukeun ku Kampung Inggris Bandung E-PLC ngalangkungan media sosial Instagram kalayan kasuksésan ngagaduhan jumlah paripolah dibandingkeun sareng kursus basa Inggris anu sanés anu gaduh nami tempat anu sami.

Métode panalungtikan anu digunakeun dina ieu pangajaran mangrupikeun metode panalungtikan kualitatif kalayan pendekatan déskriptif, kalayan teori Marketing Mix, pamasaran jasa ti Zeithaml sareng Bitner, anu tujuanna pikeun nangtukeun strategi pamasaran anu mikerkeun aspek produk, tempat atanapi saluran distribusi, promosi, sareng jelma. Panaliti kéngingkeun téhnik observasi, wawancara, sareng dokuméntasi.

Hasil panalungtikan ngeunaan strategi komunikasi pamasaran ngalangkungan media sosial Instagram ku Kampung Inggris Bandung E-PLC nyaéta yén Kampung Inggris Bandung E-PLC sajas-jelasna nyebarkeun inpormasi produk, nunjukkeun kaunggulan produk, sareng bédana produk sareng pesaing. Instagram dipilih janten tempat atanapi saluran distribusi pikeun nyebarkeun inpormasi produk ka konsumén, dianggap tos pantes, ku sabab tos tiasa milari waktos anu pas pikeun ngainpokeun produkna sareng ogé kedah paham kana fitur Insight pikeun milarian eupan balik di para nasabah. Startegi anu dilakukeun ku Kampung Inggris Bandung E-PLC dina ngapromosikeun produk na nyaéta ku endorsement, media partner, kolaborasi sareng lembaga, sareng paid promote. Sateuacanna, E-PLC ngalakukeun analisa pesaing anu langkung ageung, teras nganggo metode PNN (Perhatosan, Nyalin, Ngarobih) pikeun nyiptakeun kagiatan promosi anu pikaresepeun. Sareng strategi sanésna anu dilakukeun ku ngamangpaatkeun peran masarakat sapertos milih jalmi nu berpengaruh anu ogé murid pikeun ngapromosikeun produk E-PLC, sareng tutor anu diwajibkeun nyebarkeun kagiatan salami prosés diajar anu dipedar ngaliwatan instagram masing-masing.

Kecap Konci : Strategi Komunikasi Pamasaran, Instagram, Kampung Inggris Bandung E-PLC