

ABSTRACT

*This research is entitled **MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF @delips.id IN SOCIAL MEDIA IN BANDUNG.***

This study has the purpose and use to find out how the strategy is carried out by @delips.id through Instagram social media. @delips.id marketing communication strategy to increase sales through Instagram social media. In this study, researchers used the Marketing Mix Theory (Marketing Mix Theory). Based on the 4P, namely to find out the Product, Price, Place, and Promotion carried out by @delips.id.

The research method used in this research is using qualitative research methods. The research design/paradigm used in this study is the post-positivistic paradigm. Data collection procedures in this study are literature study, observation and in-depth interviews. Data collection procedures carried out in this study were data collection, data reduction, data presentation and conclusions.

The results of research on marketing communication strategies through Instagram social media carried out by @delips.id are providing a cheap selling price, doing endorsements to selected beauty influencers, routine giveaways before making endorsements, requests to make make up tutorial videos using @delips.id products and listed the words 'Make up under 20k' when making endorsements, always holding discounts every month and every holiday, always promoting products by reviewing products uploaded via Instagram.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Marketing Mix, Social Media, Instagram

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN @delips.id MELALUI MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDUNG.

Penelitian ini memiliki tujuan dan kegunaan untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh @delips.id melalui media sosial instagram. Strategi komunikasi pemasaran @delips.id untuk meningkatkan penjualan melalui media sosial instagram. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Marketing Mix Theory* (Teori Bauran Pemasaran). Berdasarkan 4P yaitu untuk mengetahui *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi) yang dilakukan oleh @delips.id.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif. Desain/Paradigma penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu paradigma post-positivistik. Prosedur pengumpulan data pada penelitian ini yaitu studi kepustakaan, observasi dan wawancara mendalam. Prosedur pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

Hasil penelitian strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial instagram yang dilakukan oleh @delips.id ialah memberikan harga jual yang murah, melakukan *endorsement* kepada *beauty influencer* pilihan, *giveaway* rutin sebelum melakukan *endorsement*, *request* membuat *video make up tutorial* menggunakan produk @delips.id dan dicantumkan tulisan '*Make up under 20k*' saat melakukan *endorsement*, selalu mengadakan diskon setiap bulan dan setiap hari raya, selalu mempromosikan produk dengan cara melakukan *review* produk yang diunggah melalui instagram.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi Pemasaran, Marketing Mix, Media Sosial, Instagram*

RINGKESAN

Panilitian ieu dijudulan STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN @delips.id NGANGGE MEDIA SOSIAL DI KOTA BANDUNG.

Panilitian ieu ngagaduhan tujuan sareng panggunaan pikeun milarian terang kumaha stratégina dilakukeun ku @delips.id ngalangkungan média sosial Instagram. Strategi komunikasi pamasaran @delips.id pikeun ningkatkeun penjualan ngalangkungan média sosial Instagram. Dina panilitian ieu, panaliti ngagunakeun Téori Campuran Pemasaran (Marketing Mix Theory). Dumasar kana 4P, nyaéta pikeun milarian Product (Produk), Price (Harga), Place (Tempat), Promotion (Promosi) anu dilakukeun ku @delips.id.

Métode panalungtikan anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta ngagunakeun metode panilitian kualitatif. Désain / paradigma panilitian anu digunakeun dina panilitian ieu nyaéta paradigma post-positivistic. Prosedur ngumpulkeun data dina pangajaran ieu nyaéta studi pustaka, obsérvasi sareng wawancara anu jero. Prosedur ngumpulkeun data anu dilaksanakeun dina pangajaran ieu nyaéta ngumpulkeun data, réduksi data, presentasi data sareng kacindekan.

Hasil panilitian ngeunaan stratégi komunikasi pamasaran ngalangkungan média sosial Instagram anu dilakukeun ku @delips.id anu nyayogikeun harga jual anu murah, ngalakukeun dukungan ka influencer kageulisan anu kapilih, hadiah rutin sateuacan ngadamel dukungan, nyuhungkeun ngadamel video tutorial nganggo @delips. produk id sareng didaptarkeun kecap 'Make up under 20k' nalika ngadamel dukungan, teras-terasan ngayakeun diskon unggal bulan sareng unggal liburan, sok promosikeun produk ku marios produk anu diunggah ngalangkungan Instagram.

Sanggem Konci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Marketing Mix, Media Sosial Instagram