

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Pemasaran Komunikasi Pemasaran Pada Baper Dimsum Melalui Media Sosial Instagram” Strategi Promosi adalah salah satu bentuk pemasaran menggunakan media sosial untuk memasarkan suatu produk, jasa, *brand*, atau isu dengan memanfaatkan khalayak yang berpartisipasi di media sosial tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasarn Baper dimsum melalui media sosial instagram dalam meningkatkan minat konsumen. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *Marketing Mix Theory* (Teori Bauran Pemasaran), maka dari itu tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*) yang dilakukan oleh Baper dimsum.

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Jumlah infoman adalah 5 (Lima) orang informan yang terdiri dari 1 (satu) informan ahli pemilik Baper dimsum, 1 (satu) informan akademisi yaitu sebagai orang yang terlibat dalam interaksi social yang diteliti, dan 2 (dua) informan tambahan yaitu konsumen dari Baper dimsum.

Pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara mendalam, dan studi kepustakaan. Teknik analisa data yang digunakan adalah *reduction* (reduksi data), data *display* (penyajian data) dan *conclusion drawing/verification*. Hasil penelitian strategi promosi melalui media sosial instagram yang dilakukan oleh Baper dimsum dalam penyajian konten instagram sangat menarik minat konsumen dan efektif. Dalam produk (*product*) yang disajikan oleh Baper dimsum memenuhi kebutuhan konsumen dengan kualitas jasa yang sesuai dengan harga (*price*) yang ditetapkan oleh Baper dimsum sudah sesuai dengan kualitas produk, untuk tempat (*place*) memanfaatkan media social instagram sebagai pendistribusian sudah sangat efektif, dan promosi (*promotion*) melalui media sosial instagram sudah terbilang berhasil dengan memanfaatkan *paid promote* serta interaksi dengan *follower* untuk menarik perhatian calon konsumen, dan sudah sesuai dengan segmentasi atau target pasar Baper dimsum yaitu yang pecinta kuliner dan para konsumen mengakui bahwa promosi yang dilakukan Baper dimsum sangat menarik dan berhasil.

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi Pemasaran, Baper dimsum, Marketing Mix.*

ABSTRACT

This study is entitled "Marketing Strategy Marketing Communication at Baper Dimsum Through Instagram Social Media" Promotion Strategy is one form of marketing using social media to market a product, service, brand, or issue by utilizing the audience who participate in social media.

This study aims to determine how the marketing strategy of Baper dimsum through Instagram social media in increasing consumer interest. In this study, researchers used Marketing Mix Theory (Marketing Mix Theory), therefore the purpose of this study is to find out the Product (Price), Price (Place), Place (Promotion) carried out by Baper dimsum.

This research approach is qualitative with descriptive methods. The number of information is 5 (five) informants consisting of 1 (one) expert informant owner of Baper dimsum, 1 (one) academic informant, namely as a person involved in the social interaction researched, and 2 (two) additional informants, namely consumers from Baper dimsum.

Data collection is done by in-depth interviews, and literature studies. Data analysis techniques used are data reduction, data display and data drawing / verification.

The results of promotional strategy research through Instagram social media conducted by Baper Dimsum in presenting Instagram content are very attractive to consumers and effective. In the products (products) presented by Baper dimsum meet the needs of consumers with service quality in accordance with the price (price) set by Baper dimsum is in accordance with product quality, for the place (place) utilizing social media Instagram as a distribution has been very effective, and Promotion (promotion) through social media Instagram has been fairly successful by utilizing paid promoting and interaction with followers to attract the attention of candidates consumers, and in accordance with the segmentation or target market of Baper dimsum, namely those who are culinary lovers and consumers, acknowledge that the promotion conducted by Baper dimsum is very interesting and successful.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Baper dimsum, Marketing Mix.

RINGKESAN

Panalungtikan ieu judulna "Komunikasi Strategi Pamasaran Komunikasi di Baper Dimsum Ngaliwatan Instagram Media Sosial" Strategi Promosi mangrupikeun hiji bentuk pamasaran anu nganggo média sosial pikeun pasar produk, jasa, merek, atanapi masalah ku ngagunakeun pamiarsa anu milu dina média sosial.

Panalungtikan ieu ditujukeun pikeun nangtukeun kumaha strategi pamasaran Baper dimsum ngaliwatan média sosial Instagram dina ningkatkeun minat konsumen. Dina ulikan ieu, panaliti ngagunakeun Teori Marketing mix, ku sabab kitu tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun milarian Produk (Harga), Harga (Tempat), Tempat (Promosi) anu dilakukeun ku Baper dimsum.

Pendekatan panaliti ieu kualitatif kalayan métode déskriptif. Jumlah inpormasi nyaéta 5 (lima) informan anu diwangun ku 1 (hiji) nu boga ahli informan ahli Baper dimsum, 1 (hiji) informan akademik, nyaéta salaku jalma anu kalibet dina interaksi sosial anu ditaliti, sareng 2 (dua) informan tambahan, nyaéta konsumén ti Baper dimsum.

Pangumpulan data dilakukeun ku wawancara anu jero, sareng kajian literatur. Teknik analisis data digunakeun pikeun pengurangan data, tampilan data sareng teken / verifikasi data. Hasil panalungtikan strategi promosi ngaliwatan média sosial Instagram anu dilakukeun ku Baper Dimsum dina nampilkeun kontén Instagram anu pikaresepeun pisan pikeun konsumen sareng efektif. Dina produk (produk) anu dipidangkeun ku Baper dimsum nyayogikeun kabutuhan konsumen nganggo kualitas jasa saluyu sareng harga (harga) anu diatur ku Baper dimsum saluyu sareng kualitas produk, pikeun tempat anu ngamangpaatkeun média sosial Instagram salaku distribusi parantos pisan efektif, sareng Promosi (promosi) ngalangkungan média sosial Instagram parantos suksés kalayan ngamangpaatkeun promosina dibayar sareng interaksi sareng pengikut pikeun narik perhatian para calon.

konsumen, sareng saluyu sareng segmentasi atanapi target pasar di Baper dimsum, nyaéta jalma anu mikaresep kuliner sareng konsumen, ngaku yén promosi anu dilakukeun ku Baper dimsum pohara pikaresepeun sareng suksés.

Konci: Strategi Komunikasi Marketing, Baper dimsum, Marketing campuran.