

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran *Online Shop* BTS @pierreandcloth\_id Di Media Sosial Instagram.” Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran di @pierreandcloth\_id melalui media sosial instagram. Penelitian ini menggunakan teori *Marketing Mix Theory* (Teori Bauran Pemasaran) Kotler , maka dari itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *Promotion* yang dilakukan oleh Pierreandcloth\_id, *Price* yang diberikan oleh Pierreandcloth\_id, lalu strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pierreandcloth\_id. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi.

Hasil penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran di media sosial Instagram yang dilakukan oleh *Pierreandcloth* yaitu dalam strategi dan layanan *Pierreandcloth\_id* menggunakan Instagram sebagai media untuk menarik para konsumen tak hanya itu mereka juga membuat *giveaway, sale, dan endorsement influencer* untuk menarik para konsumen. Dan layanan yang diberikan cukup responsive karena saat memesan melalui media lain yaitu Whatsapp. Harga dan produk yang mereka digunakan sangat baik dan sesuai dengan harga yang dipasarkan. Kekurangan dan kelebihan Pierreandcloth\_id ada pada admin dan juga produk yang mereka pasarkan.

Saran yang ingin disampaikan oleh peneliti untuk Pierreandcloth\_id yaitu lebih aktif lagi menggunakan Instagram sebagai media sosial, lebih aktif mengadakan *giveaway* dan juga lebih banyak memberikan promo untuk para konsumen lama maupun baru. Atau bisa memberikan kelebihan produk untuk konsumen lama tidak lupa untuk admin mungkin bisa lebih cepat tanggap saat ada yang menghubungi melalui Whatsapp ataupun media lainnya sekaligus menambah admin.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Komunikasi Pemasaran, *Pierreandcloth\_id*.

## **ABSTRACT**

*This study is entitled "Marketing Communication Strategies Online Shop BTS @pierreandcloth\_id The Social Media Instagram." The purpose of this study is to find out how the marketing communication strategy at @pierreandcloth\_id through social media instagram. This study uses Kotler's Marketing Mix Theory, therefore the purpose of this research is to find out the Promotion carried out by Pierreandcloth\_id, the Price given by Pierreandcloth\_id, and the marketing strategy carried out by Pierreandcloth\_id. The research method used in this study is a qualitative research method with a descriptive approach. Data collection techniques in this study by means of observation, interviews, documentation.*

*The results of research regarding marketing communication strategies on Instagram social media carried out by Pierreandcloth are in Pierreandcloth\_id's strategies and services using Instagram as a medium to attract consumers, not only that they also make giveaways, sales, and influencer endorsements to attract consumers. And the services provided are quite responsive because when ordering through other media, namely Whatsapp. The prices and the products they use are very good and in accordance with the marketed prices. Pierreandcloth\_id's strengths and weaknesses are in the admin and also the products they market.*

*The suggestions that researchers want to convey to Pierreandcloth\_id are to be more active in using Instagram as social media, be more active in holding giveaways and also provide more promos for old and new consumers. Or you can provide excess products for old consumers, don't forget that the admin might be able to respond more quickly when someone contacts via Whatsapp or other media while adding an admin.*

*Keywords : Marketing Communication Strategy, Marketing Communication, Pierreandcloth\_id.*

## **RINGKESAN**

*Panaliti ieu judulna "Strategi Komunikasi Pamasaran dina Toko Online @pierreandcloth\_id Sosial Media Instagram" Tujuan tina ieu pangajaran nyaéta pikeun milarian kumaha strategi komunikasi pamasaran di Online Shop @pierreandcloth\_id liwat média sosial Instagram. Panaliti ieu ngagunakeun téori Komunikasi Marketing Terpadu ti Marketing Mix Theory, Kotler, ku sabab kitu tujuan tina pangajaran ieu nyaéta pikeun milarian Pariwisata, Hubungan Publik, Sponsor acara, promosi penjualan, sareng penjualan pribadi.*

*Métode panaliti anu digunakeun dina ieu pangajaran mangrupikeun metode panaliti kualitatif kalayan pendekatan déskriptif. Téhnik ngumpulkeun data dina ieu panalungtikan ku cara observasi, wawancara, dokuméntasi.*

*Hasil panalungtikan ngeunaan strategi komunikasi panasaran ngalangkungan média sosial Instagram anu dilakukeun ku @pierreandcloth\_id, Dina strategi jeung jasa Pierreandcloth\_id ngagunakeun Instagram salaku média pikeun narik konsumén, teu ngan éta, maranéhna ogé nyieun giveaways, jualan, sarta endorsements influencer pikeun narik konsumén. Sareng jasa anu disayogikeun lumayan responsif sabab nalika pesenan ngalangkungan média sanés, nyaéta Whatsapp. Harga sareng produk anu dianggona saé pisan sareng saluyu sareng harga anu dipasarkan. Kaunggulan sareng kalemahan Pierreandcloth\_id aya dina admin sareng produk anu dipasarkan.*

*Saran anu kudu disampaikan ku peneliti pikeun jeung Pierreandcloth\_id, anu langkung aktip ngagunakeun Instagram salaku média sosial, langkung aktip ngayakeun giveaways sareng ogé nyayogikeun langkung seueur promo pikeun konsumen anu lami sareng énggal. Atanapi anjeun tiasa masihan kaleuwihan produk pikeun konsumen lami, tong hilap yén admin tiasa ngaréspon langkung gancang nalika aya anu ngahubungi via Whatsapp atanapi média sanés bari nambahan admin.*