

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Skippers Company Di Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Skippers Company Di Media Sosial Instagram). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penggunaan Instagram sebagai pemasaran yang dilakukan oleh Skippers Company. Peneliti menggunakan Marketing Mix Theory (Teori Bauran Pemasaran), maka tujuannya untuk mengetahui produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan jumlah informan enam orang yang terdiri dari satu owner Skippers Company sebagai informan ahli, empat divisi Skippers Company sebagai informan ahli, dan satu dosen sebagai informan akademisi. Pengumpulan data yang dilakukan dengan kajian literatur melalui buku, jurnal dan skripsi, observasi dan wawancara mandalam.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Skippers Company dalam produk (*product*) mempertahankan kualitas, layanan, kemasan dan ciri khas., harga (*price*) sesuai dengan kualitas produk, tempat (*place*) sesuai dengan target pasar ialah media sosial instagram, dan promosi (*promotion*) yang dilakukan Skippers Company cukup efektif dengan melakukan iklan menggunakan Meta Ads, menggaet selebgram, memberikan diskon, publisitas konten dan mengikuti event.

Saran yang disampaikan peneliti terhadap Skippers Company dengan meningkatkan promosi penjualan lewat Tiktok, perlunya inovasi dalam mempromosikan produk dengan cara kampanye, dan membuka offline store

**Kata Kunci:** Instagram, Media Sosial, Skippers Company, Strategi Pemasaran

## **ABSTRACT**

*Skippers Company Marketing Communication Strategy On Instagram Social Media is the name of the study (Qualitative Descriptive Study Of Skippers Company Marketing Communication Strategy On Instagram Social Media). This investigation's goal is to learn more about the Skippers Company's Instagram marketing strategy. The purpose of research is to determine the product, price, place, and promotion using the marketing mix theory.*

*Six people were utilized as informants in this study, including one owner of Skippers Company who served as an expert information source, four divisions of Skippers Company who served as expert informants, and one lecturer who served as an academic informant. The process of gathering data involved conducting a literature review using books, journals, theses, observations, and interviews. The study's findings showed that the skippers firm upholds the product's quality, service, packaging, and qualities.*

*The Skippers Company runs promotions that are quite successful by using Meta Ads, attracting celebgrams, offering discounts, publicity content, and participating in events. The price (price) is in accordance with the product quality, the location (place) is in accordance with the target market, and the place (place) is Instagram social media.*

*Researchers advised the Skippers Company to increase sales promotion through Tiktok, stress the need for innovation in product promotion through campaigns, and create physical storefronts*

**Keywords:** Instagram, Social Media, Skippers Company, Marketing Strategy

## RINGKESAN

*Panalungtikan ieu dijudulan Stratégi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Skippers dina Média Sosial Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Skippers dina Média Sosial Instagram). Tujuan tina ieu panalungtikan nyaéta pikeun mikanyaho kumaha ngagunakeun Instagram salaku pamasaran anu dilaksanakeun ku Skippers Company. Panalungtik ngagunakeun Teori Campuran Pemasaran, jadi tujuanna pikeun mikanyaho produk, harga, tempat jeung promosi.*

*Ieu panalungtikan ngagunakeun métode déskriptif kualitatif kalayan genep informan anu diwangun ku hiji juragan Pausahaan Juragan salaku informan ahli, opat divisi Pausahaan Juragan salaku informan ahli, jeung hiji dosen salaku informan akademik. Ngumpulkeun data dilaksanakeun ku cara niténan pustaka ngaliwatan buku, jurnal jeung skripsi, observasi jeung wawancara jero.*

*Hasil panalungtikan nembongkeun yen Skippers Company dina produkna ngajaga kualitas, layanan, kemasan jeung karakteristik, hargana luyu jeung kualitas produk, tempatna luyu jeung target pasar, nyaeta sosial media Instagram, jeung promosi. yén Naon Skippers Company teu cukup éféktif ku iklan maké Iklan Meta, attracting selebritis, nyadiakeun diskon, publisitas eusi na ilubiung dina acara.*

*Saran anu ditepikeun ku panalungtik ka Skippers Company ku cara ningkatkeun promosi penjualan ngaliwatan Tiktok, kabutuhan inovasi dina promosi produk ku cara kampanye, sareng muka toko offline.*

**Kecap Konci:** Instagram, Média Sosial, Skippers Company, Stratégi Marketing