

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Nagaku.Reptiles di Sosial Media Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan @nagaku.reptiles melalui media sosial instagram.

Metode yang digunakan peneliti yaitu deskriptif kualitatif menggunakan pendekatan kualitatif yang terdiri dari satu informan ahli, lima informan inti, dan satu informan akademisi. Pengumpulan data diperoleh melalui proses wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teori yang digunakan yaitu Bauran Pemasaran 4P (*Marketing Mix 4P*) yang terdiri dari 4 komponen yaitu *product, price, place & promotion*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi Pemasaran Nagaku Reptiles di Media Sosial Instagram sudah cukup berhasil dalam mendatangkan konsumen walaupun masih ada kekurangan sehingga pengikut dari akun @nagaku.reptiles masih ada di angka 897 pengikut. Sebagai *breeder*, @nagaku.reptiles mengutamakan kualitas reptile yang dipasarkannya dan menentukan harga reptilnya berdasarkan kualitas dan tingkat kelangkaan reptile itu sendiri. Untuk tempat yang digunakan @nagaku.reptiles dalam melakukan strategi pemasaran memiliki tempat yang hanya di rumah saja, karena memang target pasar dari @nagaku.reptiles ini *segmented* dan hanya mendatangkan konsumen ke tempat dari media sosialnya saja. @nagaku.reptiles melakukan promosi di Instagram dengan cara bermain aman seperti hanya mengunggah foto karena promosi secara terang-terangan dapat melanggar regulasi Instagram.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Instagram.

ABSTRACT

This research is entitled “Nagaku.Reptiles Marketing Communication Strategy on Social Media Instagram. This study aims to find out how the marketing communication strategy is implemented by @nagaku.reptiles through Instagram social media.

The method used by researchers is descriptive qualitative using a qualitative approach consisting of one expert informant, five key informants, and one academic informant. Data collection was obtained through in-depth interviews, observation, and documentation. The theory used is the 4P Marketing Mix (Marketing Mix 4P) which consists of 4 components, namely product, price, place & promotion.

The results of this study indicate that the Nagaku Reptiles Marketing Communication Strategy on Instagram Social Media has been quite successful in bringing in consumers even though there are still deficiencies so that followers from the @nagaku.reptiles account still have 897 followers. As a breeder, @nagaku.reptiles prioritizes the quality of the reptiles it sells and determines the price of the reptiles based on the quality and rarity of the reptiles themselves. For places that are used by @nagaku.reptiles in carrying out marketing strategies, they have a place that is only at home, because the target market for @nagaku.reptiles is segmented and only brings consumers to the place from their social media. @nagaku.reptiles promotes on Instagram by playing it safe, such as only uploading photos because blatant promotion can violate Instagram regulations.

Keywords: Marketing Communication, Marketing Mix, Instagram

RINGKESAN

Ieu panalungtikan dijudulan “Strategi Komunikasi Pemasaran Nagaku.Reptiles dina Média Sosial Instagram. Ulikan ieu boga tujuan pikeun mikanyaho kumaha strategi komunikasi pamasaran anu dilaksanakeun ku @nagaku.reptiles ngaliwatan média sosial Instagram.

Métode anu digunakeun ku panalungtik nyaéta deskriptif kualitatif ngagunakeun pamarekan kualitatif anu diwangun ku hiji informan ahli, lima informan konci, jeung hiji informan akademik. Ngumpulkeun data dimeunangkeun ngaliwatan wawancara, observasi, jeung dokuméntasi. Tiori anu digunakeun nya éta 4P Marketing Mix (Marketing Mix 4P) anu diwangun ku 4 komponén, nyaéta produk, harga, tempat & promosi.

Hasil tina ieu panalungtikan nunjukkeun yén Stratégi Komunikasi Pemasaran Nagaku Reptilia dina Média Sosial Instagram geus cukup suksés ngadatangkeun konsumen sanajan masih kénéh aya kakurangan sahingga pengikut ti akun @nagaku.reptiles masih boga 897 pengikut. Salaku peternak, @nagaku.reptiles ngutamakeun kualitas réptil anu dijualna sareng nangtukeun harga réptil dumasar kana kualitas sareng langkana réptil éta sorangan. Pikeun tempat-tempat anu digunakeun ku @nagaku.reptil dina ngalaksanakeun stratégi pamasaran, maranéhanana boga tempat anu ngan ukur di imah, sabab target pasar pikeun @nagaku.reptiles téh ségméntal sarta ngan mawa konsumen ka tempat tina média sosial maranéhanana. @nagaku.reptiles ngamajukeun Instagram ku cara maénkeun éta aman, sapertos ngan ukur unggah poto sabab promosi terang-terangan tiasa ngalanggar peraturan Instagram.

Kecap Konci: Komunikasi Pamasaran, Campuran Pamasaran, Instagram