

ABSTRAK

Peneliti ini berjudul “**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AGENT TRAVEL PARIWISATA KOTA TANJUNGPINANG MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**” (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram @babalovetrip). Dimana kegiatan komunikasi pemasaran pada saat ini dapat dilakukan menggunakan media apa saja termasuk media sosial Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh Baba Love Trip dalam melakukan komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram dengan keberhasilannya yang mampu menarik banyak publik untuk mengikuti akun media sosial Instagram Baba Love Trip dan memakai jasa yang ditawarkannya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang menggunakan teori *Social Media Marketing* menurut As'ad & Alhadid, yang memiliki tujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran dengan mempertimbangkan indikator-indikator seperti *Online Communities*, *Interaction*, *Sharing of Content*, dan *Accessibility*. Peneliti memperoleh data dengan menggunakan teknik observasi, wawancara mendalam serta dokumentasi.

Hasil penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Baba Love Trip dalam kegiatan *konline communities* yaitu dengan berusaha menciptakan selera yang sama terhadap audiens dan berkerja sama dengan *influencer* yang memiliki lintas disiplin yang berbeda. Strategi kegiatan interaksi yang dilakukan oleh Baba Love Trip yaitu dengan menggunakan *tone of voice* yang relevan dengan para pengikutnya dan melakukan komunikasi dua arah, membuat *story telling*, serta merespon dengan baik para pengikutnya di Instagram. Strategi *shring of content* yaitu dengan cara membuat konten pilar dengan tujuan meningkatkan *awereness*, *consideration*, *conversion* dan *loyalty*. Dalam menerapkan *accessibility*, strategi yang dilakukan oleh Baba Love Trip adalah tidak mengunci akun Instagramnya dan membuat *hastag* disetiap unggahannya guna memperluas akses dan lebih mudah mendapatkan audiens baru baik dari Indonesia maupun dari luar Indonesia.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Instagram , Baba Love Trip

ABSTRACT

This researcher entitled "MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF TRAVEL AGENT TANJUNGPINANG CITY TOURISM THROUGH SOCIAL MEDIA" (Qualitative Descriptive Study About Marketing Communication StrategiY Through Instagram @babalovetrip). Where is marketing communication activities at this time can be carried out using any media including instagram social media.

This research aims to find how the strategies employed by BabaLoveTrip in conducting marketing communications through Instagram social media with its success have been able to attract many people to follow BabaLoveTrip' Instagram social media accounts and use the services offered.

The research method used in this research is a qualitative research method with a descriptive approach that uses the theory of Social Media Marketing according to As'ad & Alhadid, which has the aim of knowing the marketing communication strategy by considering indicator such as Online Communities, Interaction , Sharing of Content, and Accessibility. Researchers obtained data using observation techniques, in-depth interviews and documentation.

The results of research on marketing communication strategies carried out by Baba Love Trip in online communities are by trying to create the same taste for the audience and working with influencers who have different cross-disciplines. The strategy of interaction activities carried out by Baba Love Trip is by using a tone of voice that is relevant to its followers and conducting two-way communication, creating story telling, and responding well to its followers on Instagram. The strategy of sharing of content is by creating pillar content with the aim of increasing awereness, consideration, conversion and loyalty. In implementing accessibility, the strategy carried out by Baba Love Trip is not to lock his Instagram account and create hastags for each upload in order to expand access and more easily get new audiences both from Indonesia and outside Indonesia.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Instagram, BabaLoveTrip.

RINGKESAN

Panilitian ieu judulna “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AGENT TRAVEL PARIWISATA KOTA TANJUNGPINANG MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM” (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Instagram @babalovetrip). Dimana kagiatan komunikasi pamasaran dina waktos ayeuna tiasa dilaksanakeun nganggo média naon waé kalebet média sosial Instagram.

Panilitian ieu dimaksudkeun pikeun terang kumaha stratégi anu dianggo ku BabaLoveTrip dina ngalaksanakeun komunikasi pamasaran ngalangkungan média sosial Instagram parantos tiasa narik seueur jalma nuturkeun akun média sosial Instagram BabaLoveTrip sareng mamakai jasa anu ditawarkeunana.

Metode panilitian anu digunakeun dina panilitian ieu nyaéta metode panilitian kualitatif kalayan pendekatan deskriptif anu ngagunakeun tiori Social Media Marketing numutkeun As’ad & Alhadid, anu ngagaduhan tujuan pikeun terang stratégi komunikasi pamasaran ku ngémutan indikator sapertos Online Communities, Interaction, Sharing of Content, sareng Accessibility. Panaliti kéngingkeun data ngagunakeun téknik obsérvasi, wawancara jero sareng dokuméntasi.

Hasil panalungtikan ngeunaan stratégi komunikasi pamasaran anu dilaksanakeun ku Baba Love Trip dina kagiatan komunitas online, nya éta ku usaha nyiptakeun rasa anu sarua pikeun panongton sarta gawé bareng influencer anu béda lintas disiplin. Stratégi kagiatan interaksi anu dilaksanakeun ku Baba Love Trip nya éta ngagunakeun nada sora anu luyu jeung para pengikutna sarta ngayakeun komunikasi dua arah, nyieun carita, jeung ngaréspon anu hadé ka pengikutna dina Instagram. Sharing strategi eusi, nyaéta ku nyieun eusi pilar kalawan tujuan pikeun ngaronjatkeun kasadaran, tinimbangan, konversi jeung kasatiaan. Dina ngalaksanakeun aksesibilitas, stratégi anu diterapkeun ku Baba Love Trip nyaéta henteu ngonci akun Instagram maranéhanana sarta nyieun hashtags pikeun unggal unggah dina raraga ngalegaan aksés jeung ngagampangkeun pikeun meunangkeun audiences anyar boh ti Indonésia sarta luar Indonésia.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Instagram, BabaLoveTrip.