

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UNKL347 DALAM RANGKA CAMPAIGN ‘QUARTER OF A CENTURY’ MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”**. Kegiatan komunikasi pemasaran saat ini dapat dilakukan dimana saja, termasuk di media sosial Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Unkl347 melalui media sosial Instagram berhasil atau tidak berhasil.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini menggunakan teori E-Marketing model SOSTAC dari Dave Cheffey dan PR Smith. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran digital di media sosial Instagram. Model SOSTAC sendiri terdiri dari Situation Analysis, Objective, Strategy, Tactics, Action, Control. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Unkl347 menyampaikan informasi mengenai situasi perusahaannya dengan jelas dan menampilkan keunggulan produk untuk dapat bersaing. Pemilihan media sosial Instagram untuk memperluas brand awareness, meningkatkan traffic konten dan mempromosikan produk sudah tepat, hal tersebut dilakukan agar masyarakat mengetahui keberadaan brand dan produk yang akan dijual oleh Unkl347. Strategi yang diterapkan oleh Unkl347 seperti menggunakan campaign yang menjadikan ciri khas produk serta pemanfaatan adsense, postingan audio visual di instastory maupun feeds, merupakan konsep yang efektif untuk melakukan strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Instagram, Unkl347.

ABSTRACT

The research is entitled “MARKETING COMMUNICATION STRATEGY UNKL347 IN THE FRAMEWORK OF 'QUARTER OF A CENTURY' CAMPAIGN THROUGH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM”. Marketing communication activities can now be done anywhere, including on social media Instagram.

This research aims to determine whether the marketing communication strategy carried out by Unkl347 through Instagram social media was successful or unsuccessful.

This research used a qualitative research method with a descriptive approach. This research used SOSTAC model E-Marketing theory from Dave Cheffey and PR Smith. The purpose of this research is to find out digital marketing communication strategies on social media Instagram. This SOSTAC model consists of Situation Analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Action, dan Control. The data collection techniques in this study were obtained through observations, in-depth interviews, and documentation.

The result of this study indicates that Unkl347 explains the information about the company's situations clearly and displays product advantages to be able to compete. Instagram social media was selected to expand brand awareness, increase content traffic and promote products in the right way so that people know the existence of brands and products that will be sold by Unkl347. The strategies implemented by Unkl347 such as using campaign that characterize the product as well as the use of adsense, audio-visual postings on instastrory and feeds, concepts for carrying out marketing communication strategies through the media social Instagram.

Keywords : Marketing Communication Strategy, Instagram, Unkl347

RINGKESAN

Panalungtikan ieu judulna “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UNKL347 DALAM RANGKA CAMPAIGN ‘QUARTER OF A CENTURY’ MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”. Kegiatan komunikasi pemasaran ayeuna tiasa dilakukeun dimana wae, kalebet dina media sosial Instagram.

Panilitian ieu dimaksudkeun pikeun nangtoskeun kumaha strategi komunikasi pemasaran anu dilakukeun ku Unkl347 ngalangkungan media sosial Instagram anu sukses atanapi henteu hasil.

Panalitian ieu ngagunakeun metode panilitian kualitatif kalayan pendekatan deskriptif. Panilitian ieu ngagunakeun teori model E-Marketing SOSTAC ti Dave Cheffey sareng PR Smith. Tujuan tina panilitian ieu pikeunnangtukeun strategi komunikasi pemasaran digital dina media sosial Instagram. Model SOSTAC sorangandiwangun ku Analisis kaayaan, Tujuan, Strategi, Taktik, Aksi, Kontrol. Teknik ngumpulkeun data dina ieu panalungtikan diala ku cara nitenan, wawancara jero sareng dokumentasi.

Hasil tina panilitian ieu nunjukeun yen Unkl347 ngaturkeun inpormasi ngeunaan kaayaan perusahaan sacara jelas sareng nunjukeun kaunggulan produk pikeun tiasa bersaing sareng pesaing na. pilihan media sosial Instagram pikeun ngagedean kasadaran merek, ningkatkeun patalimarga konten sareng ngamajukeun produk leres, ieu dilakukeun supaya masarakat terang ayana merek sareng produk anubakal dijual ku Unkl347. Strategi anu dilaksanakeun ku Unkl347 supados ngagunakeun campaign anu janteun ciri produk oge penggunaan adsense, postingan audio-visual ngeunaan instastrory sareng feed, mangrupikeun konsep anu mujarab pikeun ngalaksanakeun komunikasi pemasaran strategi ngalangkungan media Instagram sosial.

*Sanggem konci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Instagram,
Unkl347*