

RINGKESAN

Ieu panalungtikan dijudulan “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN JUS CANDU MELALUI MÉDIA SOSIAL INSTAGRAM” (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @Juscandu). Tujuan jeung mangpaat tina ieu panalungtikan nyaéta pikeun mikanyaho kumaha stratégi pamasaran anu dilaksanakeun ku Juscandu ngaliwatan Instagram. média sosial téh bisa narik panongton badag pikeun nuturkeun perkembangan Juscandu, utamana nuturkeun akun Instagram Jus candu sarta meuli produk ditawarkeun ngaliwatan média sosial Instagram.

Métode panalungtikan anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta métode panalungtikan kualitatif kalawan pendekatan déskriptif. Tiori anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta The Circular Model Of Some nurutkeun Regina Luttrell, kalawan sababaraha komponén di jerona, nya éta Share, Optimize, Manage, Engage. Kalayan téhnik ngumpulkeun data dumasar kana fakta observasi anu dimeunangkeun di lapangan (Akun Instagram Juscandu), téhnik observasi, wawancara mendalam, dokuméntasi jeung studi pustaka.

Hasil panalungtikan ngeunaan stratégi komunikasi pamasaran anu dilaksanakeun ku kagiatan Jus candu in Share nya éta ku cara nga-upload eusi organik dina wangun vidéo ngaliwatan média sosial Instagram. Strategi kagiatan Optimize anu dilakukeun ngaliwatan média sosial Instagram nyaéta ngalebetkeun sadaya inpormasi ngeunaan Juscandu dina profil, sareng ngamangpaatkeun influencer. Pikeun strategi Atur, admin tanggung jawab pikeun ngatur sareng ngawaskeun sadayana dina Instagram kalebet kontén di jerona salaku usaha pamasaran sareng ogé Juscandu kolaborasi sareng lembaga pikeun ngatur média sosial Instagram. Sareng strategi kagiatan Engage anu dilaksanakeun ku Juscandu ngalangkungan média sosial Instagram nyaéta ngawangun hubungan anu caket sareng konsumén sareng calon konsumén, sareng ngalibetkeun aranjeunna dina nyiptakeun kontén, ogé masihan tanggapan kana unggal pesen anu ditampi.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi Pemasaran, média sosial, Instagram, Jus candu, The Circular Model Of Some*

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN JUS CANDU MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM” (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Juscandu)** Tujuan serta kegunaan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Juscandu melalui media sosial Instagram yang mampu menarik banyak *audiens* untuk mengikuti Perkembangan Juscandu terkhususnya mengikuti akun Instagram Juscandu dan membeli produk yang ditawarkan melalui media sosial Instagram tersebut.

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan Deskriptif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah The Circular Model Of SOME menurut Regina Luttrell, dengan beberapa komponen didalamnya yaitu *Share* (Bagikan), *Optimize* (Optimalisasi), *Manage* (Mengelola), *Engage* (Keterlibatan). Dengan teknik pengumpulan data berdasarkan fakta pengamatan yang didapatkan dilapangan (Akun Instagram Jus candu), teknik observasi, wawancara mendalam, dokumentasi serta studi kepustakaan.

Hasil penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Jus candu dalam kegiatan *Share* yaitu dengan mengunggah konten organik berupa video melalui media sosial Instagram. Strategi kegiatan *Optimize* yang dilakukan melalui media sosial Instagram yaitu mencantumkan segala informasi mengenai Juscandu di profil, dan memanfaatkan influencer. Untuk strategi *Manage*, admin bertanggung jawab untuk mengelola dan memantau segala sesuatu di Instagram termasuk konten didalamnya sebagai upaya pemasaran dan juga Juscandu bekerja sama dengan agency untuk mengelola media sosial Instagram. Dan untuk strategi kegiatan *Engage* yang dilakukan Jus candu melalui media sosial Instagram yaitu membangun hubungan sedekat mungkin dengan *customer* dan calon *customer*, dan melibatkan mereka dalam pembuatan konten, serta memberi feedback dari setiap pesan yang diterima.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, media sosial, Instagram, Jus candu, The Circular Model Of SOME

ABSTRACT

*This research is entitled "**COMMUNICATION STRATEGY FOR THE MARKETING OF CANDU JUICE THROUGH INSTAGRAM SOCIAL MEDIA**" (Qualitative Descriptive Study of the @Juscandu Instagram Account). The aim and usefulness of this research is to find out how the marketing strategy carried out by Juscandu via Instagram social media is able to attract a large audience to follow Juscandu's development, especially following Juscandu's Instagram account and purchasing products offered through Instagram social media.*

The research method used in this research is a qualitative research method with a descriptive approach. The theory used in this research is The Circular Model Of SOME according to Regina Luttrell, with several components in it, namely Share, Optimize, Manage, Engage. With data collection techniques based on observation facts obtained in the field (Jus candu Instagram Account), observation techniques, in-depth interviews, documentation and literature study.

The results of research regarding the marketing communication strategy carried out by Jus candu in Share activities are by uploading organic content in the form of videos via Instagram social media. The Optimize activity strategy carried out through Instagram social media is to include all information about Jus candu in the profile, and utilize influencers. For the Manage strategy, the admin is responsible for managing and monitoring everything on Instagram including the content therein as a marketing effort and also Jus candu collaborates with agencies to manage Instagram social media. And the strategy for Engage activities carried out by Jus candu through Instagram social media is to build as close a relationship as possible with customers and potential customers, and involve them in creating content, as well as providing feedback on every message received.

Keywords: Marketing Communication Strategy, social media, Instagram, Jus candu, The Circular Model Of SOME