

ABSTRAK

PUTRI AYU PEBRINA. NPM. 1951004. “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram @Dnhijab Di Kota Baturaja”. Tahun 2022. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Baturaja. Pembimbing I Dra. Umi Rahmawati, M.Si. Pembimbing II DarmadiM.Suwarno.M.I.Kom.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial instagram @Dnhijab di kota Baturaja .Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori SOSTAC (Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Controlling).Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.Hasil penelitian ini adalah startegi yang dilakukan Toko Dnhijab Baturaja melalui media sosial instagram sangat efektif. Omset yang didapatkan dengan adanya strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan dapat meningkatkan hingga 90% Toko Dnhijab Baturaja, yang dimanfaatkan Toko Dnhijab Baturaja yaitu kecenderungan pengguna media sosial yang suka lihat foto terutama melihat promosi yang dilakukan selebgram ternama yang ada di kota Baturaja dan juga kecenderungan melihat testimoni terlebih dahulu.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, Pemasaran, Media sosial

ABSTRACT

PUTRI AYU PEBRINA. NPM. 1951004. "Analysis of Marketing Communication Strategies Through Social Media Instagram @Dnhijab in Baturaja City". 2022. Thesis, Communication Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Baturaja University. Advisor I Dra. Umi Rahmawati, M.Sc. Supervisor II DarmadiM.Suwarno. M.I.Kom.

This research was conducted to analyze marketing communication strategies through social media Instagram @Dnhijab in the city of Baturaja. In this study, researchers used the SOSTAC theory (Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Controlling). This study used qualitative research methods. The results of this study are that the strategy carried out by the Dnhijab Baturaja Shop through Instagram social media is very effective. The turnover obtained with the marketing communication strategy carried out can increase up to 90% of the Dnhijab Baturaja Shop, which is utilized by the Dnhijab Baturaja Shop, namely the tendency of social media users to like to see photos, especially seeing promotions carried out by well-known celebrities in the city of Baturaja and also the tendency to see testimonials first.

Keywords: *Communication strategies, Marketing, Social media.*