

ABSTRAK

M. Iqbal Azzahri, NPM 2051086, “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN @pempek.wongrumah DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN” Skripsi (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi , Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Baturaja. Dibawah bimbingan Dian Novitasari,M.I.Kom sebagai pembimbing I dan Merita Auli,M.I.Kom sebagai pembimbing II.

Pemasaran produk melalui media sosial menjadi semakin penting untuk memenangkan pasar, karena saat ini semakin banyak produk-produk sejenis dari kompetitor dengan memiliki fungsi yang sama. Adanya media sosial sebagai alat pemasaran produk mempengaruhi masyarakat untuk memilih atau membeli produk. Salah satunya usaha yang melakukan pemasaran melalui media sosial instagram yaitu @pempek.wongrumah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran @pempek.wongrumah dalam menarik minat konsumen. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil dari wawancara di analisis menggunakan teori penyusunan tindakan. @pempek.wongrumah menggunakan kandungan pengetahuannya seperti sudah menerapkan periklanan dan promosi menggunakan media sosial, meningkatkan pelayanan, membuat konten-konten dan melakukan pelatihan pembuatan pempek. @pempek.wongrumah juga sudah menerapkan pengetahuan prosedural seperti kegiatan periklanan dengan menggunakan media sosial, selalu konsisten dalam hal konten-konten, meningkatkan pelayanan yang ramah sehingga konsumen sangat puas dan suka terhadap pelayanan dan dengan adanya pelatihan pembuatan pempek anti gagal, @pempek.wongrumah sudah mendekati diri ke masyarakat. Adapun komunikasi pemasaran dengan menggunakan kandungan pengetahuan dan pengetahuan prosedural sudah cukup efektif karena @pempek.wongrumah sudah menunjukkan pengetahuan, pelaksanaan, tindakan nyata, dan evaluasi terhadap strategi komunikasi pemasaran. Maka dapat dirumuskan bahwa strategi komunikasi pemasaran @pempek.wongrumah dalam menarik minat konsumen sudah efektif dan berjalan dengan baik.

Kata Kunci:Komunikasi Pemasaran,Instagram,Teori Penyusunan Tindakan
ABSTRACT

M. Iqbal Azzahri, NPM 2051086 “marketing communication strategy @pempek.wongrumah in attracting consumers ” thesis (S-1) Communication Studies Program , Faculty of social and Political Sciences, University of Baturaja. Under the guidance of Dian Novitasari, M.I.Kom as supervisor I and Merita Auli, M.I.Kom as supervisor II.

Product marketing through social media is becoming increasingly important to win the market, because currently there are more and more similar products from competitors with the same function. The existence of social media as a product

marketing tool influences people to choose or buy products. One of them is a business that does marketing through Instagram social media, namely @pempek.wongrumah. This study aims to determine the marketing communication strategy @pempek.wongrumah in attracting consumer interest. The research method uses a qualitative method with a descriptive approach and data collection techniques through interviews and documentation. The results of the interviews were analyzed using the theory of action preparation. @pempek.wongrumah uses its knowledge content such as already implementing advertising and promotion using social media, improving services, creating content and conducting pempek making training. @pempek.wongrumah has also applied procedural knowledge such as advertising activities using social media, always consistent in terms of content, improving friendly service so that consumers are very satisfied and like the service and with the existence of anti-failure pempek making training, @pempek.wongrumah has brought itself closer to the community. As for marketing communication using knowledge content and procedural knowledge, it is quite effective because @pempek.wongrumah has shown knowledge, implementation, real action, and evaluation of marketing communication strategies. So it can be formulated that the marketing communication strategy @pempek.wongrumah in attracting consumer interest is effective and running well.

Keywords: Marketing Communication, Instagram, Action Drafting Theory