

## ABSTRAK

**ALBESTA RAKHMAD, NPM 1851027. STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BASE CAMP *OUTDOOR* BATURAJA DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN. Skripsi (S-I) Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Baturaja. Januari 2022, dibawah bimbingan Yunizir Djakfar, M.I.P sebagai pembimbing I dan Merita Auli, M.I.Kom sebagai pembimbing II.**

Fenomena pemasaran produk melalui media sosial sudah menjadi *trend* pada saat ini, promosi penjualan secara online atau *e-commerce* sudah banyak dilakukan oleh pelaku usaha di kota Baturaja Ogan Komering Ulu. Base Camp *Outdoor* Baturaja merupakan salah satu bentuk usaha di bidang perdagangan dan jasa penyewaan alat *outdoor* yang memanfaatkan media Instagram sebagai sarana komunikasi pemasaran produknya secara *online*.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Base Camp *Outdoor* Baturaja dalam menarik minat konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan studi pada objek yang diteliti. Teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara mendalam.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teori analisis SOSTAC (*Situation, Objective, Strategy, Tactics, Action* dan *Controlling*), dimana teori ini mempelajari tentang komunikasi pemasaran. Teori analisis SOSTAC bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran yang ada di perusahaan.

Hasil penelitian diketahui bahwa Base Camp *Outdoor* Baturaja menggunakan beberapa strategi komunikasi pemasaran mulai dari penerapan SOSTAC (*Situation, Objective, Strategy, Tactics, Action* dan *Controlling*), lalu strategi komunikasi seperti promosi dengan pemanfaatan media sosial Instagram untuk menyampaikan produk-produk mereka dalam bentuk visual dan pesan. Strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram yang dilakukan Base Camp *Outdoor* Baturaja melalui akun Instagramnya @basecamp\_baturaja yaitu, secara online dahulu kemudian disusul dengan offline, pada offline mereka melakukan interaksi dengan konsumen atau calon konsumen dengan adanya *sharing* mengenai kegiatan-kegiatan *outdoor*. Sedangkan untuk di online melalui Instagram Base Camp *Outdoor* Baturaja melakukan postingan-postingan awal yang bersifat *story telling*, kemudian informasi yang diberikan pada postingan Instagram berupa informasi produk, harga produk, *stock* produk, serta testimoni produk yang sudah digunakan oleh konsumen. Dengan pemilihan konten-konten yang menarik membuat konsumen menikmati postingan yang dilakukan Base Camp *Outdoor* Baturaja.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi Pemasaran, SOSTAC, Instagram

## **ABSTRACT**

**ALBESTA RAKHMAD, NPM 1851027. MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF BASE CAMP OUTDOOR BATURAJA IN ATTRACTING CONSUMERS. Thesis (SI) Department of Communication Studies, Faculty of Social and Political Sciences, Baturaja University. January 2022, under the guidance of Yunizir Djakfar, M.I.P as mentor I and Merita Auli, M.I.Kom as mentor II.**

*The phenomenon of product marketing through social media has become a trend at this time, online sales promotion or e-commerce has been widely carried out by business actors in the city of Baturaja Ogan Komering Ulu. Base Camp Outdoor is a form of business in the field of trade and outdoor that utilizes Instagram as a means of marketing communication for its products online.*

*The purpose of this study was to determine the marketing communication strategy of Base Camp Outdoor Baturaja in attracting consumer interest.*

*The method used in this research is descriptive qualitative by conducting a study on the object under study. Data collection techniques through observation and in-depth interviews.*

*In this research, the researcher uses SOSTAC analysis theory (Situation, Objective, Strategy, Tactics, Action and Controlling), where this theory studies marketing communication. SOSTAC analysis theory aims to find out how the marketing communication in the company.*

*The results showed that the Outdoor used several marketing communication strategies starting from the application of SOSTAC (Situation, Objective, Strategy, Tactics, Action and Controlling), then communication strategies such as promotion by using Instagram social media to convey their products in visual form. and message. The marketing communication strategy through Instagram social media carried out by Base Camp Outdoor Baturaja through its Instagram account @basecamp\_baturaja, namely, online first and then offline, offline they interact with consumers or potential customers by sharing activities outdoor. Meanwhile, online through Instagram Base Camp Outdoor Baturaja, initial posts are story telling, then the information provided on Instagram posts is in the form of product information, product prices, product stock , and product testimonials that have been used by consumers. With the selection of interesting content, consumers will enjoy the posts made by Base Camp Outdoor Baturaja.*

**Keywords:** *Marketing Communication Strategy, SOSTAC, Instagram*