

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA *ONLINE SHOP* *@artemis_fashion* DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Oleh
NUNI RIZKI PERMATA MULYA

Komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam menjalankan kegiatan pemasaran, karena apabila komunikasi terhambat maka kegiatan pemasaran ikut terhambat. Kegiatan komunikasi pemasaran bertujuan untuk memperkenalkan serta mengkomunikasikan suatu produk kepada masyarakat luas. Saat ini kegiatan komunikasi pemasaran sudah mulai mengalami perubahan dari konvensional menjadi digital, namun dalam pelaksanaannya masih ditemukan masalah seperti yang terjadi di Artemis Fashion di mana kurangnya kreativitas dalam komunikasi pemasaran yang ada dalam konten sehingga konten yang di buat kurang memberikan kesan pada audiens, kurang memanfaatkan fitur-fitur yang ada di media sosial Instagram, kurang memanfaatkan media sosial lainnya sehingga audiens tidak terjangkau secara luas serta kuatnya persaingan antar *online shop* yang menawarkan produk serupa. Masih adanya masalah maka dibutuhkan strategi komunikasi pemasaran yang tepat agar tetap dapat bersaing. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah strategi komunikasi pemasaran digital melalui Media Sosial Instagram *@artemis_fashion*. Sedangkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran digital melalui media sosial Instagram *@artemis_fashion*. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang sudah terkumpul selanjutnya dilakukan analisis melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran digital melalui media sosial Instagram *@artemis_fashion* melalui analisis SOSTAC sudah dilaksanakan dengan tepat, terlihat dari Artemis Fashion melakukan analisis dengan menggunakan analisis *Strengths, Weakness, Opportunities* dan *Threats* (SWOT), Artemis Fashion merumuskan tujuan (*objectives*) dengan pendekatan 5S (*Sell, Serve, Speak, Save and Sizzle*), Artemis Fashion membentuk strategi dengan pendekatan STP (*segmenting, targeting, positioning*). Artemis Fashion hanya menerapkan 3 (tiga) *tactics* yaitu produk (*product*), harga (*price*) dan promosi (*promotions*), Artemis Fashion merealisasikan strategi dan taktik ke dalam bentuk aksi pada setiap media yang dimiliki tetapi Artemis Fashion lebih terfokus pada media Instagram dibanding dengan media lain yang dimiliki, Artemis Fashion sudah melakukan kontrol dengan memantau konten yang sudah diunggah dan adanya evaluasi oleh pihak internal. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat peneliti berikan saran Artemis Fashion hendaknya memberikan informasi yang lebih informatif di dalam *feeds, instagram story, highlight* konten, *reels*, dan Instagram *Ads* dan Artemis Fashion dapat membuat aksi lebih spesifik dan lebih terjadwal lagi untuk setiap media yang dimiliki karena selama ini Artemis Fashion hanya fokus pada satu media sosial Instagram dalam melakukan sosial media marketing.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, *Online Shop*, Media Sosial

ABSTRACT

DIGITAL MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN ONLINE SHOP @artemis_fashion ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA

**By
NUNI RIZKI PERMATA MULYA**

Communication plays a very important role in carrying out marketing activities, because if communication is hampered, marketing activities will also be hampered. Marketing communication activities aim to introduce and communicate a product to the wider community. Currently, marketing communication activities have begun to change from conventional to digital, but in its implementation, problems are still found, such as those that occurred at Artemis Fashion, where there is a lack of creativity in marketing communications in the content so that the content created does not give an impression to the audience, does not utilize the features available on Instagram social media, does not utilize other social media so that the audience is not widely reached, and the strong competition between online shops that offer similar products. There are still problems, so the right marketing communication strategy is needed to stay competitive. The formulation of the problem in this research is what is the digital marketing communication strategy through Instagram social media @artemis_fashion. Meanwhile, the objectives to be achieved in this research are: to find out digital marketing communication strategies via Instagram social media @artemis_fashion. This research uses qualitative descriptive research, data collection techniques using observation, interviews and documentation. The data that has been collected is then analyzed through data reduction, data presentation and drawing conclusions. The research results show that the digital marketing communication strategy is through Instagram social media @artemis_fashion through SOSTAC analysis it has been carried out correctly, as can be seen from Artemis Fashion carrying out the analysis using analysis Strengths, Weakness, Opportunities And Threats (SWOT), Artemis Fashion formulate goals (objectives) with the 5S approach (Sell, Serve, Speak, Save and Sizzle), Artemis Fashion forms a strategy with the STP approach (segmenting, targeting, positioning). Artemis Fashion only apply 3 (three) tactics namely product (product), price (price) and promotions (promotions), Artemis Fashion realizes strategies and tactics in the form of action on every media it owns, but Artemis Fashion is more focused on Instagram media compared to other media it owns. Artemis Fashion has exercised control by monitoring the content that has been uploaded and evaluating it by internal parties. Based on these results, researchers can provide suggestions Artemis Fashion should provide more informative information inside feeds, Instagram story, highlight content, reels, and Instagram Ads And Artemis Fashion can make actions more specific and more scheduled for each media owned because so far Artemis Fashion only focus on one social media, Instagram, when doing social media marketing.

Keywords: Marketing Communications, Online Shop, Social Media