

ABSTRAK

Dela Ayu Fadilah, 2021. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Pemanfaatan Media Sosial Instagram di PT Yumna Berkah Nusantara. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam. Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

Instagram merupakan media promosi *online* barang atau jasa yang banyak dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis maupun para pengusaha untuk menjalankan fungsi komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa yang dimiliki suatu perusahaan dan berinteraksi dengan konsumen, dengan begitu diharapkan konsumen dapat tertarik dengan produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. PT Yumna Berkah Nusantara yang berkembang di bidang fashion muslim khususnya yaitu mukena. Selain promosi dengan cara offline PT Yumna Berkah Nusantara juga menggunakan strategi komunikasi pemasaran secara online dengan memanfaatkan media sosial instagram. Peneliti ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang di gunakan dan mendeskripsikan dampak strategi komunikasi pemasaran dalam penggunaan media sosial instagram di PT Yumna Berkah Nusantara.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan beberapa instrumen yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode analisis berupa analisis data lapangan model Miles and Huberman. Peneliti melakukan observasi juga wawancara secara langsung kepada Pemilik usaha, Admin Pemasaran, Admin Administrasi, dan juga pada akun instagram @mukenayumna, dengan menggunakan pedoman wawancara yang di dalamnya berisi pertanyaan mengenai strategi komunikasi Pemasaran dalam Pemanfaatan media sosial instagram di PT Yumna Berkah Nusantara.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi komunikasi Pemasaran dalam pemanfaatan media sosial instagram di PT Yumna Berkah Nusantara masih belum optimal dilaksanakan terutama dalam pemanfaatan fitur-fitur yang baru seperti fitur shopping pada instagram yang akan memudahkan untuk penjualan melalui instagram, serta dari mengupload foto yang kurang terjadwal.

Kata Kunci : Komunikasi pemasaran, Media sosial, Instagram.

ABSTRACT

Dela Ayu Fadilah, 2021. Analysis Of Marketing Communication Strategies In The Use Of Social Media Instargam At PT Yumna Berkah Nusantara. Islamic economics Study Departement, Faculty of Religion Siliwangi University Tasikmalaya.

Instagram is an online promotion media for goods or services that is widely used by business people and entrepreneurs to carry out marketing communication functions that aim to introduce a product or service owned by a company and interact with consumers, so that consumers are expected to be interested in products and services. offered by the company. PT Yumna Berkah Nusantara which is developing in the field of Muslim fashion, especially mukena. In addition to offline promotion, PT Yumna Berkah Nusantara also uses an online marketing communication strategy by utilizing social media Instagram. This researcher aims to describe the marketing communication strategy used and to describe the impact of the marketing communication strategy on the use of Instagram social media at PT Yumna Berkah Nusantara.

This type of research is qualitative research with descriptive methods. The data collection technique uses several instruments, namely interviews, observation and documentation. The method of analysis is in the form of field data analysis of the Miles and Huberman model. Researchers conducted observations as well as direct interviews with business owners, Marketing Admins, Administration Administrators, and also on the @mukenayumna Instagram account, using interview guidelines which contained questions about Marketing communication strategies in the use of Instagram social media at PT Yumna Berkah Nusantara.

The results of this study indicate that the marketing communication strategy in the use of Instagram social media at PT Yumna Berkah Nusantara is still not optimally implemented, especially in the use of new features such as the shopping feature on Instagram which will make it easier to sell via Instagram, as well as from uploading unscheduled photos.

Keywords: *Marketing communication, social media, Instagram.*