



Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

21%

Submission author: Megawati Annisa Anggrahini

Assignment title: JURNAL

Submission title: STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN 3SSHOP MELALUI MEDI...

File name: E-JOURNAL_MEGAWATI_2017.docx

File size: 38.55K

Page count: 10

Word count: 3,060

Character count: 20,562

Submission date: 30-Mar-2023 01:58:14 (UTC+07:00)

Submission ID: 2050773724

SIMILARITY INDEX

Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Phil. I Ketut Gunawan, M.A

NIP.19631222 199002 1 001



eJurnal Ilmu Komunikasi, 2023, 11 (2): 157-166
ISSN 2502-5961, 2502-597x(Online), ejournal.ilkom.fkip.unmul.ac.id
© Copyright 2023

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN 3SSHOP MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Megawati Annisa Anggrahini¹, Rina Juwita², Kheyenne Molekandela
Boer³

Abstrak

Munculnya internet memungkinkan semua orang untuk dapat melakukan komunikasi dengan siapapun. Salah satu media yang dapat digunakan untuk berkomunikasi adalah media sosial. Media sosial sudah cukup populer di Indonesia, hal ini karena masyarakat memanfaatkannya untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi. Tidak hanya itu, media sosial juga dapat digunakan untuk mendirikan sebuah bisnis berbasis *online*. Media sosial yang dimanfaatkan oleh pebisnis dalam memasarkan serta mempromosikan produk-produk mereka adalah media sosial Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan 3shop menggunakan media sosial berupa Instagram. Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif. Fokus penelitian dalam hal ini menggunakan konsep dari Regina Luttrell yaitu *The Circular Model of Some*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah menurut Miles dan Huberman.

Hasil penelitian diketahui bahwa 3shop telah menggunakan keempat tahap dari konsep yang diciptakan Regina Luttrell dengan memanfaatkan media sosial Instagram untuk memperkenalkan produk serta meningkatkan penjualan. Setiap tahap dijalankan dengan cukup baik dengan terlibat komunikasi langsung dengan konsumen, menjalin hubungan serta membangun kepercayaan publik. Lalu, 3shop berusaha mendengarkan serta mempelajari dan ikut terlibat dalam perbincangan yang dilakukan konsumen mereka. Selain itu, melakukan pemantauan terhadap media sosial juga dilakukan 3shop seperti pengecekan jumlah pengikut, melakukan kegiatan *real time* dengan menggunakan fitur *live* serta memberikan respon yang cepat kepada konsumen mereka. Terakhir, 3shop juga bekerja sama dengan *influencer* yang ada di Samarinda, menentukan target sasaran dan memberikan promo serta diskon untuk meraih konsumen.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Instagram

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: meganggrahini@gmail.com

² Dosen Pembimbing 1 dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

³ Dosen Pembimbing 2 dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman