

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DEPOT SATAICHAN SURABAYA

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan mendapatkan gambaran tentang strategi komunikasi pemasaran apa dan bagaimana yang seharusnya digunakan oleh Depot Sataichan Surabaya untuk dapat meningkatkan penjualan produknya. Teknik pengambilan data dari penelitian ini adalah dengan menggunakan wawancara semi terstruktur kepada empat subyek penelitian. Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa *relationship marketing* sangat bergantung dan menekankan pada *trust* (kepercayaan) konsumen terhadap suatu produk. Perilaku konsumen menekankan pada kepuasan konsumen terhadap suatu produk yang sudah dibeli. Komunikasi menekankan pada sarana yang digunakan untuk memberikan informasi kepada konsumen, di sini sosial media Instagram yang dipilih untuk menjadi sarannya. Dan yang terakhir adalah format informasi, poin ini bergantung ada konten dan isi dari informasi yang disampaikan, karena Instagram adalah aplikasi visual, maka nantinya foto dan desain yang menjadi acuan ukurannya. Keempat indikator ini mempunyai peranan yang penting dan saling berkaitan satu sama lain dalam hal strategi pemasaran melalui Sosial Media, terutama Instagram.

Kata Kunci: Sosial Media, Instagram, *Relationship Marketing*

ABSTRACT

MARKETING COMMUNICATION STRATEGY THROUGH INSTAGRAM TO INCREASE SALES IN DEPOT SATAICHAN SURABAYA

The purpose of this study is to obtain information and gain insight on what and how marketing communication strategy is used in Depot Sataichan Surabaya in order to increase product sales. The technique used to collect data in this study is semi structured interviews toward four subjects. According to the interview results, it can be concluded that relationship marketing depends and emphasizes towards consumer's Trust to a product. Consumer behavior emphasized on customer's satisfaction to a purchased product. Communication emphasized on the tools used to pass information to consumers, in this study the social media Instagram is chosen. Lastly, information format, this point depends on the content of the information given, because Instagram is a visual application, the photos and designs are the benchmarks. These four indicators have significant and related roles to one another in marketing strategy through social media, in particular Instagram.

Keywords: Social Media, Instagram, Relationship Marketing

