

ABSTRAK

Fitriani, Strategi Komunikasi Pemasaran Thrifting Doubleus.mks Pada Media Sosial Instagram, di bimbing oleh Dr. Syukri, S.Sos., M.Si dan Arni, S.Kom., M.I.Kom.

Strategi komunikasi pemasaran adalah sebuah proses perencanaan terpadu yang dilakukan oleh suatu bisnis untuk menyampaikan pesan yang konsisten mengenai produk atau merek mereka kepada target audiens yang tepat. dengan melibatkan pemilihan pesan utama seperti nilai keunikan atau kualitas barang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif analitik, sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, dengan jumlah informan 4 orang. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana penerapan strategi komunikasi pemasaran Doubleus.mks dalam menarik perhatian, membangun minat, menumbuhkan keinginan, serta mendorong tindakan pembelian konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan dalam proses komunikasi pemasaran thrifting doubleus.mks menggunakan strategi komunikasi pemasaran pada media sosial Instagram. dimana dalam prosesnya Doubleus.mks memanfaatkan fitur-fitur yang ada di instagram diantaranya seperti Instagram Story, Unggah Foto Feed, Unggah Video *Reels*, *Live* Instagram, *Arsip Cerita*, *Direct Message* (DM), dan *Geotagging* untuk mempermudah audiens menemukan lokasi toko Doubleus.mks. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi komunikasi pemasaran thrifting Doubleus.mks di media sosial Instagram ini efektif dalam pemanfaatan fitur-fitur Instagram sehingga dapat mempermudah antara komunikasi penjual dan pelanggan.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Thrifting, Strategi Pemasaran Media Sosial Instagram

ABSTRAK

Fitriani, Strategi Komunikasi Pemasaran Thrifting Doubleus.mks Pada Media Sosial Instagram, guided by Dr. Syukri, S.Sos., M.Si and Arni, S.Kom., M.I.Kom.

Marketing communication strategy is an integrated planning process carried out by a business to convey a consistent message about their product or brand to the right target audience. by involving the selection of the main message such as the unique value or quality of the goods. This research uses a qualitative descriptive analytical research method, the data sources used are primary data and secondary data, with a total of 4 informants. The purpose of this research is to analyze how the implementation of Doubleus.mks marketing communication strategy is to attract attention, build interest, grow desire, and encourage consumer purchasing actions.

Based on the results of this research, it shows that in the marketing communication process, doubleus.mks uses a marketing communication strategy on Instagram social media, where in the process, Doubleus.mks utilizes the features on Instagram, such as Instagram Story, Upload Photo Feed, Upload Reels, Live Instagram, Story Archive, Direct Message (DM), and Geotagging to make it easier for the audience to find the location of the Doubleus.mks store. The results of this study show that the Doubleus.mks thrifting marketing communication strategy on Instagram social media is effective in utilizing Instagram features so that it can make it easier for salesman and customer communication.

Kata Kunci: *Marketing communication, Thrifting, Instagram Social media marketing strategy*