

## ABSTRAK

**Maharani Nur Mayahadah, 2020**, Strategi Komunikasi Pemasaran Instagram Untuk Membangun Kepercayaan Publik Pada Toko Daring Meee\_stuff (studi kasus pada “Meee\_stuff”) Skripsi, Pembimbing: Ibu Sukma Ari Ragil M.I.Kom

### **Kata Kunci: Strategi, Komunikasi Pemasaran, Membangun Kepercayaan**

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini memudahkan masyarakat untuk saling berkomunikasi tanpa terkendala jarak dan waktu menggunakan media sosial untuk mengakses segala informasi atau menyebarkan informasi. Hal ini juga di manfaatkan oleh toko daring Meee\_stuff untuk kegiatan pemasarannya menyebarluaskan produk-produk yang dijual. Dalam kegiatan pemasaran memerlukan sebuah strategi komunikasi pemasaran dan komunikasi persuasif yang harus dirancang demi mendapatkan kepercayaan dan profit perusahaan. Media komunikasi yang dipilih Meee\_stuff yakni instagram. Maka dari itu rumusan masalah pada penelitian ini, (1) Bagaimana membangun strategi komunikasi pemasaran yang efektif pada toko daring Meee\_stuff (2) Bagaimana meningkatkan kepercayaan pelanggan untuk belanja *online* pada toko daring Meee\_stuff.

Penelitian kualitatif ini menggunakan studi kasus deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni wawancara secara mendalam dengan pihak Meee\_stuff dan pelanggan, melakukan observasi mendalam, dan dokumentasi sebagai bukti dari data sebelumnya. Teknik analisis data memaparkan penelitian berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti dari lapangan yakni menganalisis data dengan tema yang spesifik, pemahaman peneliti tentang data penonjolannya.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh toko daring Meee\_stuff belum begitu sangat maksimal. Pada kegiatan pemasaran atau promosi, walaupun toko ini sudah menggunakan kegiatan komunikasi pemasaran, bauran pemasaran dan memiliki target pasar yang jelas. Keberhasilan dari membangun strategi komunikasi pemasaran serta membangun kepercayaan publik, pada toko daring Meee\_stuff mampu menarik perhatian pelanggannya dengan memberikan kejelasan dan keaslian produk melalui *review*, *hashtag* dan postingan serta *testimoni* yang diberikan, hal ini juga dilihat dari informasi kedua pelanggan yang bahkan dari luar Kota Blitar melakukan pembelian melalui saluran media instagram toko daring Meee\_stuff. Namun pada kegiatan pemasaran dimana toko Meee\_stuff belum memiliki tempat yang strategis untuk para pelanggannya.

## ABSTRACT

**Maharani Nur Mayahadah, 2020**, Instagram Marketing Communication Strategy To Build Public Trust In Meee\_stuff Online Stores (case study on “Meee\_stuff”) Thesis, Supervisor: Mrs. Sukma Ari Ragil M.I.Kom

Keywords: Strategy, Marketing Communication, Building Trust

The rapid development of technology today makes it easier for people to communicate with each other without being constrained by distance and time using social media to access all information or disseminate information. This is also used by the online store Meee\_stuff for its marketing activities to disseminate the products it sells. In marketing activities, a marketing communication strategy and persuasive communication must be designed in order to gain the trust and profit of the company. The communication media chosen by Meee\_stuff is Instagram. Therefore the formulation of the problem in this study, (1) How to build an effective marketing communication strategy at the online store Meee\_stuff (2) How to increase customer trust for online shopping at the online store Meee\_stuff.

This qualitative research uses a qualitative descriptive case study. Data collection techniques used are in-depth interviews with Meee\_stuff and customers, conducting in-depth observations, and documentation as evidence of previous data. Data analysis techniques describe research based on the results obtained by researchers from the field, namely analyzing data with specific themes, researchers' understanding of data prominence.

The result of this research is the strategy..communication.,marketing..done by the online store Meee\_stuff has not been very maximal. In marketing or promotional activities, even though this store has used marketing communication activities, the marketing mix and has a clear target market. The success of building a marketing communication strategy and building public trust, the online store Meee\_stuff is able to attract the attention of its customers by providing clarity and product authenticity through reviews, hashtags and posts and testimonials given, this is also seen from the information of the two customers who are even from outside Blitar City. make a purchase through the online store's instagram media channel Meee\_stuff. However, in marketing activities where the Meee\_stuff store does not yet have a strategic place for its customers.