

ABSTRAK

Ansa, Ghifari Aulia. Maret 2023. Penerapan Komunikasi Pemasaran *Digital* Menggunakan Model SOSTAC Dalam Mempromosikan Hijab Amalia *Collection* Melalui Instagram. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember. Dosen Pembimbing: Ari Susanti, S.Sos., M.Med.Kom.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran Digital, Metode SOSTAC, Instagram

Promosi produk yang dilakukan oleh pelaku usaha saat ini sudah beralih dari konvensional menjadi *digital marketing*. Instagram sendiri menjadi media sosial yang digunakan sebagai *digital marketing* untuk mempromosikan produk, salah satunya yaitu produk hijab Amalia *Collection*. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui penerapan komunikasi pemasaran digital dengan memanfaatkan model SOSTAC untuk mempromosikan hijab Amalia *Collection* melalui Instagram. Metode penelitian yang dipakai yaitu pendekatan deskriptif kualitatif dengan memanfaatkan data primer dan sekunder yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilangsungkan dengan tahap reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam membangun promosi produk Amalia *Collection* menggunakan metode SOSTAC. *Situation Analysis* berhubungan pada analisis SWOT. *Objective* berkaitan pada analisis 5S dimana *sell* dilakukan dengan promo, *server* tanggapan mengenai keluhan, *speak* melalui *Live* Instagram, *save* melalui pembuatan spam Instagram, *Sizzle* dengan memanfaatkan jasa *influencer*. *Strategy* memanfaatkan metode STOP (Segmentation, Target, Overall Objectives, Positioning) dan SIT (Sequence or Stage, Integration, Tools). *Tactics* dengan memanfaatkan model *Marketing Mix*. *Action* dilakukan dengan sistem produksi yang memiliki target setiap bulannya mengeluarkan jilbab model terbaru atau mengeluarkan model *best seller* di bulan sebelumnya, menggunakan *viral marketing*, dan memanfaatkan program affiliates. *Control* dilakukan dengan evaluasi dan kontrol hasil kerja langsung dari pemilik yang akan melakukan penilaian sesuai kriteria mulai dari tim produksi, gudang, administrasi, kreatif, dan pengemasan produk agar penjualan produk tetap konsisten. Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa implementasi strategi SOSTAC ini sangat mendukung proses komunikasi pemasaran produk Amalia *Collection* dengan media sosial Instagram.

ABSTRACT

Ansa, Ghifari Aulia. March 2023. Implementation Digital Marketing Communication using SOSTAC Model in Promoting Hijab Amalia Collection via Instagram. Thesis, Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences, University of Muhammadiyah Jember. Supervisor: Ari Susanti, S.Sos., M.Med.Kom.

Keywords: *DigitalMarketing Communication, SOSTAC Method, Instagram*

Product promotions carried out by business actors have now shifted from conventional to digital marketing. Instagram itself is a social media that is used as digital marketing to promote products, one of which is the Amalia Collection hijab product. This research was conducted with the aim of knowing the application of digital marketing communications by utilizing the SOSTAC model to promote the Amalia Collection hijab through Instagram. The research method used is a qualitative descriptive approach by utilizing primary and secondary data obtained from interviews, observations, and documentation. Data analysis was carried out with the stages of data reduction, data presentation and drawing conclusions. The research results show that in building Amalia Collection products using the SOSTAC method. Situation Analysis relates to SWOT analysis. Objectives related to 5S analysis where sales are made with promos, server responses regarding complaints, talking via Live Instagram, saving via making Instagram spam, Sizzle by utilizing the services of influencers. The strategy utilizes the STOP (Segmentation, Target, Overall Objectives, Positioning) and SIT (Sequence or Stage, Integration, Tools) methods. Tactics by utilizing the Marketing Mix model. Actions are carried out with a production system that has a monthly target of releasing the latest model of hijab or releasing the best seller model in the previous month, using viral marketing, and utilizing affiliate programs. Control is carried out by evaluating and controlling the work results directly from the owner who will carry out the assessment according to criteria starting from the production team, warehouse, administrative, creative, and product packaging so that product sales remain consistent. Thus, it can be interpreted that the SOSTAC implementation strategy really supports the marketing communication process for Amalia Collection products with Instagram social media.