

ABSTRAK

Rahayu Puji, Sulis. 2019. NIM 1510521003 Strategi Komunikasi Pemasaran De-deun Chips Tempurejo Jember Melalui Media Sosial, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing: Drs. Hery B. Cahyono, M.Si.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, De-deun Chips, *Uses and Gratification*

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang Komunikasi Pemasaran De-deun Chips Melalui Media Sosial Di Kabupaten Jember dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dengan menggunakan Teori *Uses and Gratification* Teori yakni teori yang mengajak orang tetapi bukan untuk memaksa seseorang, karena di dalam media tidak ada tekanan untuk konsumen, media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa Owner, admin dan reseller De-deun menggunakan Komunikasi melalui Media sosial untuk menawarkan, memasarkan dan juga mengiklan kan produk De-deun chips. Proses pemasaran nya menggunakan Media sosial dengan memanfaatkan fitur aplikasi yang sudah tersedia di *Market place*, media sosial, *Market place* yang digunakan yakni TokoPedia,Shoope, BukaLapak dan media Sosial *Instagram*,facebook dan WhatsApp, dengan itu mendapat keuntungan yakni seperti keuntungan dari segi Ekonomi dan *Branding*

ABSTRACT

Rahayu Puji, Sulis. 2019. NIM 1510521003 Marketing Communication Strategy for De-deun Chips Tempurejo Jember through Social Media, Science Study Program Communication, Faculty of Social and Political Sciences, University Muhammadiyah Jember. Advisor: Drs. Hery B. Cahyono,M.Si.

Key Words : Marketing Communication, De-deun Chips, Uses and Gratification

This study aims to describe the Communication of De-Deun Chips Marketing through Social Media in Jember Regency by using a type of qualitative descriptive research, using the Uses and Gratification Theory, a theory that invites people but not to force someone, because in the media there is no pressure for consumers, the media has the freedom to decide how they use the media and how the media will affect him. In this study it was found that De-deun Owner, admin and reseller used Communication via Social Media to offer, market and also advertise De-deun chips products. The marketing process uses social media by utilizing the application features that are already available at Market place, social media, Market places that are used, namely TokoPedia, Shoope, OpenFlower and Social media Instagram, Facebook and WhatsApp, with that benefits such as economic benefits and Branding

