

ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran saat ini sudah berkembang dengan pesat mengikuti perkembangan media online. Penggunaan media sosial dalam pemasaran sudah merambah ke semua bidang bisnis, termasuk pada bisnis produksi sandang seperti AmaRa Collection Klaten. Penggunaan media sosial dilakukan sebagai sarana penyebaran informasi, sebagai media promosi, juga dapat digunakan untuk memelihara hubungan dengan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan media sosial sekaligus kelebihan dan kekurangannya dengan menggunakan media sosial pada AmaRa Collection Klaten. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan pemilik AmaRa Collection. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh AmaRa Collection dilakukan dengan menggunakan *Instagram* dan *Facebook*. Strategi komunikasi pemasaran dilakukan dengan cara *Social Sharing* (saling berbagi), *Rating* (peringkat), *Reviewing* (Ulasan), *Connecting* (Terhubung), dan *Collaborating* (Kolaborasi). Kelebihan penggunaan media sosial dalam pemasaran bagi AmaRa Collection adalah biaya pemasaran yang sangat murah, dapat menjangkau segmen pasar yang sangat luas dan tidak terbatas waktu, dapat mengkonversi pengunjung menjadi pelanggan, sebagai sarana penghubung dengan pelanggan yang interaktif, sarana *brand awareness* yang baik, serta efektif dalam peningkatan jumlah pelanggan. Satu-satunya kekurangan media sosial dalam pemasaran di AmaRa Collection adalah komplain pelanggan yang terbuka dan tidak dapat dikendalikan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, AmaRa Collection.

ABSTRACT

Marketing communication strategies are now growing rapidly following the development of online media. The use of social media in marketing has penetrated into all fields of business, including clothing production businesses such as the AmaRa Collection in Klaten. The use of social media is done as a means of disseminating information, as a media campaign, and also can be used to maintain relationships with customers. The purpose of this research was to determine the marketing communication strategy by using social media as well as its advantages and disadvantages by using social media at the AmaRa Collection in Klaten. This research is a qualitative descriptive study. Data collection is done by conducting interviews, observation and documentation. Interviews were conducted with AmaRa Collection owners. The results showed that the use of social media by the AmaRa Collection was done using Instagram and Facebook. Marketing communication strategies are carried out by means of Social Sharing, Rating, Reviewing, Connecting and Collaborating. The advantage of using social media in marketing for AmaRa Collection is the very cheap marketing costs, can reach a very wide and unlimited time market segment, can convert visitors into customers, connect with interactive customers, medium for good brand awareness, and effective in increasing the number of customers. The only drawback of social media in marketing at AmaRa Collection is customer complaints that are very open and uncontrollable.

Keyword: Marketing Communication Strategy, Social Media, AmaRa Collection.