

ABSTRAK

Strategi promosi dan berbagai transaksi penjualan *Nicknike Footwear* dilakukan secara *online shop* melalui media *facebook* dan forum jual-beli *kaskus*. Terkait dengan beberapa penipuan bermodus *online shop* ini, berbagai pencitraan masyarakat pada *online shop* beragam dan kurang begitu baik terhadap bisnis *online shop*, namun persepsi publik tersebut tergantung pada pribadi masing-masing individu dan bagaimana *online shop* membayar kepercayaan dengan kejujuran melakukan bisnis ini. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, mengenai bagaimanakah strategi komunikasi pemasaran *Nicknike Footwear* dalam memanfaatkan media jejaring sosial *facebook* dan forum jual beli *kaskus* sebagai sarana promosi secara online serta cara mengelola *online shop* agar menarik konsumen dan mematahkan citra negatif *online shop*. Sedangkan tujuan dari penelitian, untuk menganalisis strategi Komunikasi Pemasaran *Nicknike Footwear* dalam memanfaatkan media jejaring sosial dan forum jual beli *kaskus* sebagai sarana promosi secara online. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan langkah-langkah analisis data yaitu observasi, wawancara, pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis mendapatkan hasil bahwa strategi *Nicknike Footwear* dalam memanfaatkan media *online facebook* sebagai media promosi antara lain menawarkan produk melalui tampilan konten dikolom *wall* dengan *update status* untuk berinteraksi dengan pelanggan dan menginformasikan promo-promo produk, meng-*upload* dan *tag photo* untuk menampilkan produk, dan *online chat* untuk berkomunikasi dengan pelanggan secara langsung. Sedangkan melalui *kaskus* dengan *posting thred* yang diisi dengan konten produk yang menarik, jelas dan informatif serta dengan *posting quote* untuk melayani pertanyaan pelanggan dan meng-*update* informasi yang berkaitan dengan produk. Pada akhirnya untuk mengenalkan produk, memberikan informasi, membujuk atau mendorong konsumen melakukan pembelian, *Nicknike Footwear* telah merumuskan kunci pemasaran dan promosi yang baik. Melalui pengisian konten yang menarik, merespon konsumen dengan baik, memproses pengiriman dengan cepat, terpercaya dan eksklusif, serta menjadi *sponsorship event* hingga pemberian *voucher* pembelian atau *discount*.

ABSTRACT

The Nicknike Footwear promotional strategies and various selling transactions are going in online shop through social media such as Facebook and Kaskus. Due to few online shop modus deceptions, various images of society in online shop is not well enough to online shop business, but the public's perception depends on the every individual itself and how online shop pay the trust with honesty to do this kind of business. The problem in this observation is about the way communication market strategies of Nicknike Footwear could use facebook and kaskus (social media) as the promotional strategies that attracted consumers and it was broke the negative image of online shop. Then the purpose of this observation is to analyze Nicknike Footwear's market communication strategy in case of using social media as its promotional way. The method of this observation is qualitative descriptive with analysis data, interview, reductional data, collecting and serving data and then conclusion. Based on this observation, the writer conclude that the Nicknike Footwear's online promotional strategies is to uploading picture that show various products and to inform the consumer to status updates, online chat, *tagging photos* or any others facilities in Facebook, so they directly communicate. Then through kaskus, with posting thread that filled by interesting products, clear and informative, also with the posting quote to answer the consumer's questions and to update the product's information. In the end, to introduce product, giving information, persuade consumer to buy, Nicknike Footwear is formulated the key of a good marketing and promoting. Through interesting contain, good responses to consumers, fast delivering proses, trustworthy and exclusive, also offering sponsorships, voucher, discount, etc.