

Abstrak

Hirka Fatihah 24071116142. Judul penelitian ini adalah “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SEPATU KULIT MELALUI *FACEBOOK* PADA KOMUNITAS PAGUYUBAN GROSIR GARUT DI MASA PANDEMI *COVID-19* (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Sepatu Kulit Melalui Facebook Pada Komunitas Paguyuban Grosir Garut Di Masa Pandemi Covid-19).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebijakan dalam undang-undang Permenkes 9 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dibuat pemerintah untuk mencegah penyebaran *Covid-19*. Dengan adanya penerapan kebiasaan baru dalam beraktivitas sehari-hari dengan protokol kesehatan serta mewajibkan semua orang menjaga jarak dengan orang lain di sekitarnya dan membatasi aktivitas interaksi sosial dengan orang banyak, ini menyebabkan perubahan proses interaksi sosial dalam proses bertransaksi yang awalnya dilakukan secara *face to face* kini beralih secara daring. Hal ini memungkinkan pelaku usaha yang baru maupun yang sudah sejak lama telah terhubung digital mendapatkan kesempatan lebih dalam mengembangkan usahanya.. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji, mengetahui, dan menjelaskan Bagaimana strategi komunikasi pemasaran melalui *Facebook* pada komunitas *Paguyuban Grosir Garut* selama *covid-19*? Dengan pendekatan teori Komunikasi Pemasaran.

Penelitian ini menggunakan konsep strategi komunikasi pemasaran dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu wawancara mendalam, dokumentasi, dan observasi partisipan. Kriteria informan pada penelitian ini adalah dengan memilih 3 informan dari pihak anggota komunitas dan 1 narasumber dari pihak penyuplai yaitu owner dari produk sepatu Gladio dan 1 narasumber sebagai narasumber triangulasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan Peran *facebook* terhadap strategi komunikasi yang dilakukan Komunitas Paguyuban Grosir Garut dengan menggunakan analisi 4p (*product, price, place, promotion*) yaitu sebagai jembatan penghubung antara penjual dengan pembeli lewat *fitur marketplace*, lalu diarahkan ke *fitur messenger* untuk saling berkomunikasi sehingga terjadi interaksi antara penjual dan pembeli. *Facebook* juga berperan sebagai saluran informasi bagi calon pembeli yang ingin membeli produk yang telah ditawarkan oleh penjual. Selain itu *facebook* dapat bisa sebagai media promosi bagi anggota Komunitas Paguyuban Grosir Garut ini untuk menciptakan, menawarkan, membujuk serta bebas untuk mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. *Facebook* sendiri berperan besar terhadap strategi komunikasi pemasarannya yang dilakukan oleh komunitas PGG ini untuk menjangkau masyarakat-masyarakat di seluruh Indonesia dan berpengaruh besar terhadap suatu terjadinya peningkatan penjualan selama masa pandemi *covid-19*.

Kata kunci : strategi komunikasi pemasaran, *facebook marketing*, *covid-19*

Abstract

Hirka Fatihah 24071116142. *The title of this research is "LEATHER SHOES MARKETING COMMUNICATION STRATEGY THROUGH FACEBOOK IN THE WHOLESALER COMMUNITY OF GARUT IN THE PANDEMIC PAGUYUBAN COVID-19 TIME (Qualitative Descriptive Study of Leather Shoes Marketing Communication Strategy Through Facebook in the Garut Wholesale Community Community) during the Covid-19 Pandemic.*

This research is motivated by the policy in the Regulation of the Minister of Health 9 of 2020 concerning Large-Scale Social Restrictions (PSBB) made by the government to prevent the spread of Covid-19. With the implementation of new habits in daily activities with health protocols and requiring everyone to keep their distance from other people around them and limiting social interaction activities with many people, this has caused a change in the social interaction process in the transaction process which was originally done face to face now. switch online. This allows new business actors as well as those who have been digitally connected for a long time to get more opportunities to develop their business. The purpose of this research is to study, find out, and explain how the marketing communication strategy through Facebook in the community Garut Wholesale Paguyuban during covid-19 ? With a marketing communication theory approach.

This study uses the concept of a marketing communication strategy with a qualitative descriptive approach. Data collection techniques used by researchers are in-depth interviews, documentation, and participant observation. The criteria for informants in this study were to select 3 informants from the community members and 1 resource person from the supplier, namely the owner of the Gladio shoe product and 1 more resource person as a triangulation resource.

The results of this study indicate the role of Facebook in the communication strategy carried out by the Garut Wholesale Community Community by using 4p analysis (product, price, place, promotion) which is as a bridge between sellers and buyers through the marketplace feature, then directed to the messenger feature to communicate with each other so that There is an interaction between the seller and the buyer. Facebook also acts as an information channel for potential buyers who want to buy products that have been offered by sellers. In addition, Facebook can be used as a promotional medium for members of the Garut Wholesale Community to create, offer, persuade and freely exchange products of value with other parties. Facebook itself plays a major role in the marketing communication strategy carried out by the PGG community to reach people throughout Indonesia and has a major impact on an increase in sales during the pandemic covid-19.

Keywords: *marketing communication strategy, facebook marketing, covid-19*