

Nama : Zahma Silmi Ihsani
NIM : 44519010037
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Strategi Komunikasi *Thriftshop Online*
Melalui Konten Kreatif di Media Sosial Instagram

ABSTRAK

Bisnis online mulai merambat ke dalam media online salah satunya yaitu media sosial Instagram. Berkembangnya media sosial memberikan peluang bagi beberapa masyarakat untuk berbisnis di media *online*. Hal ini mengawali adanya fenomena *thrifthing online*. Kemunculan *thrifthing* terjadi karena adanya kebutuhan atas pakaian untuk menunjang penampilan setiap manusia dengan modal yang minimal namun tetap mencapai tujuan yang mereka inginkan, alternatif lain untuk mendapat pakaian tersebut yakni dengan membeli *thrift* atau baju bekas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mempromosikan serta menetapkan strategi komunikasi melalui konten kreatif pada *thriftshop online* yakni pada akun opred.stuff. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan prosedur pengumpulan data menggunakan: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan (1).Opred.stuff memanfaatkan instagram sebagai media untuk memperluas jaringan guna mendapat pelanggan dan pengikut baru. Dengan menyesuaikan kebutuhan pelanggan baru, opred.stuff memastikan produk yang mereka jual dapat memberikan kesan baik dari pembeli dan memberikan kepercayaan terhadap barang yang mereka jual bahwa barang *thrift* juga memiliki nilai.(2).Pada pemanfaatan media sosial instagram guna untuk melakukan promosi, opred.stuff memanfaatkan beberapa fitur instagram dengan membuat konten kreatif pada halaman akun mereka seperti postingan produk, reels video produk maupun instastory mengenai produk. (3).Selain itu opred melakukan penetapan strategi terkait langkah STP atau Segmentation, Targeting dan Positioning. Opred.stuff memiliki segmentasi untuk generasi yakni generasi Z. Sementara pada targeting, opred.stuff memiliki target pasar menyesuaikan kebutuhan produk yang mereka jual. Kemudian pada langkah positioning, opred.stuff memberikan citra dengan menyuguhkan tindakan pelayanan produk yang berbeda dari pesaing lain dan dapat diterima baik oleh pembeli.

Kata Kunci : Strategi Digital Marketing, *Thrifthing*, *Thriftshop*

Name : Zahma Silmi Ihsani
NIM : 44519010037
Study Program : Communications Sciences
Title of Thesis : Analysis of Thriftshop's Online Communication Strategy Through Creative Content on Instagram Social Media

ABSTRACT

Online business is starting to spread into online media, one of which is Instagram social media. The development of social media provides opportunities for some people to do business online. This started the phenomenon of online thrifting. The emergence of thrifting occurs because of the need for clothing to support the appearance of every human being with minimal capital but still achieve the goals they want. Another alternative to getting these clothes is to buy thrifted or used clothes. This research aims to find out how to promote and determine communication strategies through creative content in online thrift shops, namely on the opred.stuff account. In this study, descriptive qualitative methods are used with data collection procedures using observation, interviews, and documentation. The results of this study show (1). Opred.stuff utilizes Instagram as a medium to expand the network and get new customers and followers. By adjusting to the needs of new customers, opred.stuff ensures that the products they sell can give a good impression to the buyer and give confidence to the goods they sell that thrift goods also have value. (2). In utilizing Instagram social media to carry out promotions, opred.stuff utilizes several Instagram features by creating creative content on their account pages, such as product posts, product video reels, and Instagram stories about products. (3). In addition, OE determines strategies related to STP, or segmentation, targeting, and positioning steps. Opred.stuff has a segmentation for generation, namely generation Z. In terms of targeting, opred.stuff has a target market according to the needs of the products they sell. Then, at the positioning step, opred.stuff provides an image by presenting product and service actions that are different from those of other competitors and can be well received by buyers.

Keywords: digital marketing strategy, thrifting, thriftshop