

Silvia Anitasari. 170531100088. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya. Universitas Trunojoyo Madura. *"Identifikasi Penggunaan Media Baru Sebagai Komunikasi Pemasaran Barbershop pada Wilayah Determinan Desa-Kota"*. Dosen pembimbing: Bani Eka Dartiningsih, S.Sos.,M.Si

ABSTRAK

Menjalankan sebuah bisnis jasa atau barbershop perlu diketahui siapa target atau sasaran dari promosi penjualan produk dan jasa. Bagaimana cara pemetaan strategi digital marketing yang cocok digunakan dalam mempromosikan suatu barang atau jasa. Platform media social saat ini mulai bermunculan dengan beragam. Kemunculannya juga disambut hanya oleh para pengguna, misalnya Instagram, Whatsapp, youtube, dengan manfaat bukan hanya sebagai sarana komunikasi saja, akan tetapi dapat digunakan sebagai salah satu alat promosi penjualan secara digital dan branding merek penjualan.

Metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan pendekatan komunikasi pemasaran, dan digital marketing. Peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi dalam pengumpulan data. Analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Yang menjadi subjek penelitian ini adalah pemilik usaha barbershop yakni CV Dascapital. Untuk pemilihan informan menggunakan metode *purposive sampling* Sedangkan untuk metode keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, teknik dan waktu.

Berdasarkan hasil analisis data Dalam Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh CV Dascapital, dapat diketahui bahwa kegiatan promosi yang dilakukan menggunakan media digital berbasis internet atau *online*. CV Dascapital dalam menjalankan promosi dan periklanan merek dagang antara lain yakni Instagram, Whatsaap, dan Youtube. Strategi penggunaan media baru yang dilakukan oleh CV Dascapital dalam memberikan pelayanan eksklusif terhadap minat beli ialah dengan menggunakan pesan persuasive berupa, *Real Picture Produk*, dan Penggunaan Tagging atau Hashtag. Perlu diketahui bahwa segmentasi atau target pasar, juga dapat mempengaruhi keefektifan penggunaan media sosial dalam periklanan. Masyarakat desa cenderung lebih menyukai platform media social whatsapp, karena mereka selalu berinteraksi secara intens dengan circle pertemanan melalui platform media ini. Sedangkan Instagram disebut sebagai platform media social yang cocok menaikkan brand awareness, hal ini dipengaruhi oleh algoritma instagram yang dapat menyasar customers secara public dan juga factor lain berupa pola konsumerisme dari para target pasar CV Dascapital.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Media Baru

Silvia Anitasari. 170531100088. Communication Studies Program. Faculty of Social and Cultural Sciences. Trunojoyo University, Madura. "Identification of the Use of New Media as Barbershop Marketing Communication in the Rural-City Determinant Area". Supervisor: Bani Eka Dartiningsih, S.Sos.,M.Si

ABSTRACT

Running a service business or barbershop needs to know who is the target or target of product and service sales promotion. How to map a digital marketing strategy that is suitable for use in promoting an item or service. Social media platforms are currently starting to appear in various ways. Its appearance is also welcomed only by users, for example Instagram, Whatsapp, YouTube, with the benefits not only as a means of communication, but can be used as a digital sales promotion tool and branding sales brands.

The research method is descriptive qualitative, with a marketing communication approach, and digital marketing. The researcher used observation, interview and documentation techniques in collecting data. Data analysis uses data reduction, data presentation and conclusion drawing. The subject of this research is the owner of a barbershop business, namely CV Dascapital. For the selection of informants using purposive sampling method. Meanwhile, for the validity of the data using triangulation of sources, techniques and time.

Based on the results of data analysis in Marketing Communications conducted by CV Dascapital, it can be seen that promotional activities are carried out using internet-based or online digital media. CV Dascapital in carrying out trademark promotions and advertising, including Instagram, Whatsaap, and Youtube. The strategy of using new media by CV Dascapital in providing exclusive services to buying interest is to use persuasive messages in the form of Real Picture Products, and the use of Tagging or Hashtags. Please note that segmentation or target market, can also affect the effectiveness of using social media in advertising. Village communities tend to prefer the WhatsApp social media platform, because they always interact intensely with their circle of friends through this media platform. While Instagram is referred to as a social media platform that is suitable for increasing brand awareness, this is influenced by the Instagram algorithm which can target customers publicly and also other factors in the form of consumerism patterns from CV Dascapital's target market.

Keywords: Marketing Communication, New Media

