

ABSTRAK

Kebutuhan informasi sangat dibutuhkan oleh siapa saja, salah satunya adalah informasi terkait vape. Kebutuhan informasi akan vape saat ini dapat dilihat dan dicari melalui media sosial Instagram, saat ini banyak akun instagram yang memberikan informasi salah satunya adalah akun@im-imamzaki. akun ini memberikan review tentang vape, jenis vape, dan rasa dari liquid. Informasi yang diberikan dianggap dapat memberikan informasi ataupun mejadi rekomendasi bagi pengikutnya. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram oleh akun @im-imamzaki dalam memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya. Metode yang digunakan adalah kualitatif dan teknik pengumpulan data obsrvasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh akun @im-imamzaki melalui media sosial instagram cukup jelas. Komunikasi pemasaran yang dilakukan yaitu menerapkan strategi 4P, yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Strategi yang diterapkan yaitu pada awalnya menjelaskan *product*, selanjutnya memberikan informasi terkait *promotion* atau diskon dari produk vape, selanjutnya memberikan informasi terkait *place* (lokasi) dimana produk yang diskon tersebut dapat dibeli atau didapatkan oleh pengikutnya. Namun, penerapan strategi *price* tidak dilakukan oleh akun @im-imamzaki sehingga hal ini membuat informasi yang diterima oleh pengikutnya sedikit kurang.

Kata kunci: komunikasi pemasaran, media sosial Instagram, pemenuhan kebutuhan informasi produk vape, dan pengikut akun@im-imamzaki

ABSTRACT

Everyone really needs information, one of which is information regarding vaping. The need for information about vape can now be seen and searched through the social media Instagram, currently there are many Instagram accounts that provide information, one of which is account@im-imamzaki. This account provides reviews about vapes, types of vapes, and the taste of liquid. The information provided is considered to provide information or serve as recommendations for followers. The aim of the research is to determine marketing communications via Instagram social media by the @im-imamzaki account in meeting the information needs of its followers. The method used is qualitative and data collection techniques are observation, interviews and documentation. The research results show that the marketing communications carried out by the @im-imamzaki account via Instagram social media are quite clear. The marketing communication carried out is implementing the 4P strategy, namely product, price, place and promotion. The strategy applied is to initially explain the product, then provide information regarding promotions or discounts on vape products, then provide information regarding the place (location) where the discounted product can be purchased or obtained by followers. However, the @im-imamzaki account did not implement the price strategy, so this made the information received by its followers a little less.

Keywords: marketing communications, Instagram social media, fulfilling vape product information needs, and followers of @im-imamzaki