

## ABSTRAK

**Ayu Munawaroh, 2022.** “Strategi Komunikasi Pemasaran Dealer Motor Melalui Media Instagram Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di PT. Daya Anugrah Mandiri Cab. Soekarno Hatta Bandung)” Pembimbing Adi Permana Sidik, S. I. Kom., M. I. Kom.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh munculnya virus corona pada awal tahun 2020. Pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat untuk memutus mata rantai penyebaran virus Covid-19 membuat banyak sektor bisnis berinovasi demi menjalankan strategi bisnis perusahaannya. Masalah utama dalam penelitian ini adalah untuk menganalisa strategi komunikasi pemasaran melalui instagram serta hambataannya sebagai media penjualan sepeda motor di PT. Daya Anugrah Mandiri Cab. Soekarno Hatta Bandung.

Tujuan penelitian ini antara lain yaitu untuk menganalisa strategi komunikasi pemasaran yang digunakan, untuk menganalisa instagram yang digunakan sebagai media penjualan, dan untuk menganalisa hambatan yang ditemukan PT. Daya Anugrah Mandiri Cab. Soekarno Hatta Bandung dalam menggunakan instagram sebagai media penjualan pada masa pandemic Covid-19,

Metode penelitian menggunakan pendekatan studi kasus pada PT. Daya Anugrah Mandiri Cab. Soekarno Hatta Bandung. Pengambilan data yang digunakan oleh peneliti yaitu dengan triangulasi data sumber dengan cara menanyakan hal yang sama melalui sumber yang berbeda yakni dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Data dikumpulkan dengan Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi kepada tiga Orang informan.

Hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi pemasaran sepeda motor melalui media sosial instgram sebagai media promosi pada masa pandemi. Strategi komunikasi pemasaran sepeda motor yang di gunakan PT. Daya Anugrah Mandiri pun tidak terlepas dari dari elemen-elemen penting yaitu SOSTAC yang terdiri dari *analysis Situation, Objective, Strategi, Tactic, Action, Control*. Strategi komunikasi pemasaran melalui internet terutama instagram sebagai menda menjadi peluang besar bagi PT. Daya Anugrah Mandiri di masa pandemi Covid-19. Adapun hambatan dalam pemanfaatan instagram adalah kurangnya ide dan persiapan dalam melakukan kegiatan promosi di instagram. Solusi dari hambatan adalah seorang admin sosial media harus mampu mengikuti tren yang cepat berubah. Tren dapat berubah setiap tahun, bulan bahkan hari. Hal ini mewajibkan seorang admin sosial media untuk cepat berinovasi.

**Kata Kunci:** Komunikasi Pemasaran, Instagram, Pandemi Covid-19

## ABSTRACT

*Ayu Munawaroh, 2022. "Motorcycle Dealer Marketing Communication Strategy Through Instagram Media During the Covid-19 Pandemic (Case Study at PT. Daya Anugrah Mandiri Soekarno Hatta Bandung Branch)". Supervisor Adi Permana Sidik, S. I. Kom., M. I. Kom.*

*This research was motivated by the emergence of the coronavirus in early 2020. implementing restrictions on community activities to break the chain of the spread of the Covid-19 virus made many business sectors innovate to carry out their company's business strategies. The main problem in this study is to analyze the marketing communication strategy through instagram and its obstacles as a medium for selling motorcycles at PT. Daya Anugrah Mandiri Soekarno Hatta Bandung Branch.*

*The purpose of this study is to analyze the marketing communication strategy used, to analyze instagram, which is used as a sales medium, and to analyze the obstacles found by PT. Daya Anugrah Mandiri Soekarno Hatta Bandung Branch in using instagram as a selling medium during the Covid-19 pandemic,*

*The research method uses a case study approach at PT. Daya Anugrah Mandiri Soekarno Hatta Bandung Branch. Researchers' data retrieval is by triangulation of source data by asking the same thing through different sources, namely by interview, observation, and documentation. Data were collected by observation, interview, and documentation from three informants.*

*The study results show the motorcycle marketing communication strategy through instagram social media as a promotional medium during the pandemic. Motorcycle marketing communication strategy used by PT. Daya Anugrah Mandiri is inseparable from essential elements, namely SOSTAC, which consists of Situation, Objective, Strategy, Tactic, Action, Control analysis. Therefore, marketing communication strategy through the internet, especially instagram as a source of income, is a big opportunity for PT. Daya Anugrah Mandiri during the Covid-19 pandemic. However, the obstacle to using instagram is the lack of ideas and preparation for carrying out promotional activities on instagram. The solution to the challenges is that a social media admin must be able to keep up with rapidly changing trends. Trends can change every year, month, or day. Therefore, it requires a social media admin to innovate quickly.*

**Keywords:** *Marketing Communication, Instagram, Covid-19 Pandemic*