

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha *Streetwear* Melalui *E-Commerce* Shopee Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Shopee @whstl.” Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan, mengidentifikasi bagaimana strategi Whstl dalam meningkatkan penjualan, dan pemilihan *e-commerce* Shopee sebagai media promosi yang dilakukan dalam sebuah pemasaran yang khususnya pada akun Shopee @Whstl.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui studi deskriptif, melakukan teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah (1) Strategi komunikasi pemasaran Whstl dalam meningkatkan penjualan, dikatakan cukup baik karena memenuhi empat aspek dalam pemasaran. (2) Strategi Whstl dalam menghadapi persaingan dengan *streetwear* lain, Whstl menggunakan *e-commerce* Shopee sebagai media promosi dan didalam Shopee tersebut membuat beberapa video konten mengenai kegiatan yang ada di *streetwear* tersebut. (3) Cara owner dalam menanggapi respon atau kesan negative dari konsumen, pengelolaan terhadap tanggapan atau kesan *negatif* dari konsumen dapat dikelola dengan baik dan tidak ada kendala karena prioritas utama yang dilakukan Whstl adalah kualitas pelayanan yang baik.

Kata kunci : Whstl, Shopee, strategi komunikasi pemasaran, dan promosi.

ABSTRACT

This research was conducted to determine "Marketing Communication Strategies in Increasing Streetwear Business Sales Through Shopee E-Commerce. Qualitative Descriptive Study on the Shopee Account @whstl." The purpose of this research is to find out how marketing communication strategies are carried out, identify how Whstl strategies are in increasing sales, and choose Shopee e-commerce as a promotional media carried out in marketing, especially on the Shopee @Whstl account.

This research was carried out using a qualitative approach through descriptive studies, using data collection techniques using observation, interviews and documentation. The data analysis techniques used in this research are data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of this research are (1) Whstl's marketing communication strategy in increasing sales is said to be quite good because it fulfills four aspects of marketing. (2) Whstl's strategy in facing competition with other streetwear, Whstl uses Shopee e-commerce as a promotional medium and within Shopee creates several video content regarding activities in streetwear. (3) The owner's way of responding to negative responses or impressions from consumers, managing negative responses or impressions from consumers can be managed well and there are no obstacles because the main priority for Whstl is good service quality.

Keywords: Whstl, Shopee, marketing communication strategies, and promotions.