

## ABSTRAK

### PENERAPAN SOSIAL MEDIA *MARKETING INSTAGRAM* “*SECOND SHIT STUFF*” SEBAGAI PENINGKATAN AKTIVITAS PEMBELIAN DI MASA PANDEMI

Himawan Asmara Yumarendra

17071215

Komunikasi merupakan kegiatan yang sudah cukup akrab dilakukan oleh banyak orang. Setiap orang melakukan sebuah proses komunikasi dengan cara yang berbeda-beda. Komunikasi yang berupa verbal dan non verbal. Setiap orang membawa arah komunikasi tersebut dengan cara masing-masing. Maka dari itu, komunikasi begitu penting untuk digunakan dalam keadaan dan situasi apapun. Pada hakekatnya juga manusia adalah makhluk sosial yang tentu tidak lepas dari suatu interaksi dan komunikasi dalam sehari-hari. Proses saat berkomunikasi dengan sesama dalam bertukar pikiran, menyampaikan pesan secara tertulis maupun lisan, untuk proses pemasaran, dan juga komunikasi sehari-hari sangat dibutuhkan untuk memperluas jangkauan dengan masyarakat. Salah satunya juga memperluas jangkauan pemasaran dalam suatu usaha. *Second Shit Stuff* adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang penjualan pakaian bekas yang masih bisa bertahan selama masa *pandemic covid -19*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teori *sosial media marketing* yang dikemukakan oleh Susan Gunelius. Hasil penelitian yang diperoleh yakni bagaimana *second shit stuff* membuat suatu kreasi konten yang menarik minat pembeli dan membagikan hasil konten tersebut kepada para pengguna *instagram*. Upaya selanjutnya yang dilakukan oleh *Second Shit Stuff* dengan melakukan strategi *give away* yang tentu saja dapat menarik perhatian dari para followers dan juga tetap menjaga ikatan mereka. Selain itu *Second Shit Stuff* juga tetap memebangun rasa kepercayaan kepada sesama komunitas agar dapat meningkatkan hasil dari penjualan.

**Kata kunci : Second Shit Stuff, Sosial Media, Marketing, Pandemi Covid-19**

## **ABSTRACT**

### **IMPLEMENTATION OF SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM “SECOND SHIT STUFF” AS AN IMPROVEMENT PURCHASE ACTIVITIES DURING PANDEMIC**

**Himawan Asmara Yumarendra**

**17071215**

Communication is an activity that many people are familiar with. Everyone carries out a communication process in a different way. Communication in the form of verbal and non verbal. Everyone carries the direction of communication in their own way. Therefore, communication is so important to use in any circumstances and situations. In essence, humans are also social beings who certainly cannot be separated from an interaction and communication in everyday life. The process of communicating with others in exchanging ideas, conveying messages in writing or verbally, for the marketing process, and also daily communication is needed to expand reach with the community. One of them also expands the reach of marketing in a business. Second Shit Stuff is a business engaged in the sale of used clothing that can still survive during the COVID-19 pandemic. The method used in this research is descriptive qualitative. This research uses social media marketing theory proposed by Susan Gunelius. The results of the research obtained are how second shit stuff creates a content creation that attracts buyers and shares the results of the content with Instagram users. The next effort made by Second Shit Stuff is to carry out a give away strategy which of course can attract the attention of followers and also maintain their bond. In addition, Second Shit Stuff also continues to build a sense of trust in fellow communities in order to increase sales results.

**Keywords: Second Shit Stuff, Social Media, Marketing, Covid-19 Pandemic**