

ABSTRAK

Ary Hidayatulloh. 41153030160100. Strategi Komunikasi E-commerce. Studi Deskriptif Kualitatif pada Pedagang Pengguna Shopee Pasar Andir Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan komunikasi dalam pemasaran khusus nya strategi komunikasi pemasaran dalam menggunakan teknologi *e-commerce* sebagai *media* strategi komunikasi pemasaran yang baru dan ramai sekali di pergunakan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian studi deskriptif kualitatif. Subyek penelitian adalah perhimpunan pedagang pengguna *e-commerce* Shopee di pasar andir Bandung. Proses pengumpulan data diperoleh melalui wawancara mendalam, dan pengamatan terhadap informan, sedangkan untuk data penunjang diperoleh dari studi literatur lainnya, dan wawancara dengan pihak terkait. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan media *e-commerce* shopee mempunyai pendekatan yang berbeda dengan media lain nya, meski demikian penggunaan *e-commerce* di nilai mempermudah pedagang dalam berkomunikasi dengan pelanggan sehingga proses pemasaran tidak lagi terbatas oleh jarak dan waktu, kapan dan dimanapun proses komunikasi pemasaran antara pedagang dan *user* selaku konsumen dapat di lakukan.

Kata kunci: Strategi, Komunikasi Pemasaran, E-commerce, Shopee

ABSTRACT

Ary Hidayatuloh. 41153030160100. Strategy Marketing Communication E-commerce. A Descriptive Qualitative Study towards seller user Shopee Andir Market Bandung .This study aims to determine the development of communication in marketing, especially marketing communication strategies in using e-commerce technology as a new and widely used marketing communication strategy media. This research uses qualitative research methods with a qualitative descriptive study research approach. The research subject is Seller association of e-commerce Shopee Andir market Bandung. The data collection process was obtained through in-depth interviews and observations of informants, while supporting data was obtained from other literature studies and interviews with related parties. The results of this study indicate that the marketing communication strategy using Shopee e-commerce media has a different approach to other media, however the use of e-commerce makes it easier for seller to communicate with customers so that the marketing process is no longer limited by distance and time. and wherever the marketing communication process between seller and users as consumers can be done.

Keywords: Strategy, Marketing Communication, E-commerce, Shopee