

# ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ECOTOUCH PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

(@ecotouch\_id)

**Kristin Agustina**

Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas  
Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

[kristinagustina@upnvj.ac.id](mailto:kristinagustina@upnvj.ac.id)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan EcoTouch pada media sosial Instagram (@ecotouch\_id) dengan menggunakan konsep *Integrated Marketing Communication* (IMC) yang dikemukakan oleh Belch & Belch. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Peneliti menganalisis data menggunakan model analisis data Miles dan Huberman atau metode analisis data interaktif, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi dengan triangulasi data. Hasil akhir penelitian ini menunjukkan bahwa EcoTouch benar melakukan strategi komunikasi pemasaran di Instagram (@ecotouch\_id) sesuai dengan konsep *Integrated Marketing Communication*. Namun, hanya satu strategi komunikasi pemasaran yang belum dilakukan di Instagram, yaitu penjualan pribadi (*personal selling*). Selain itu, ditemukan bahwa EcoTouch aktif melakukan pemasaran di Instagram untuk membangun *branding* dan *awareness* dengan mengedukasi masyarakat terkait produk *ecofriendly* dan *suistanability*.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi Pemasaran, EcoTouch, Instagram, *Ecofriendly*, *Suistanability*

# ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ECOTOUCH PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

**(@ecotouch\_id)**

**Kristin Agustina**

Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas  
Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

[kristinagustina@upnvj.ac.id](mailto:kristinagustina@upnvj.ac.id)

## ABSTRACT

This study aims to discuss the marketing communication strategy implemented by EcoTouch on social media Instagram (@ecotouch\_id) using the concept of Integrated Marketing Communication (IMC) proposed by Belch & Belch. The method used is descriptive qualitative using primary data sources and secondary data. The sampling technique was carried out by purposive sampling. Researchers analyzed the data using the Miles and Huberman data analysis model or interactive data analysis methods, namely data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions/verification by data triangulation. The final results of this study indicate that EcoTouch has implemented a marketing communication strategy on Instagram (@ecotouch\_id) according to the concept of Integrated Marketing Communication. However, only one marketing communication strategy has not been implemented on Instagram, namely personal selling. In addition, it was found that EcoTouch was actively marketing on Instagram to build branding and awareness by educating the public about eco-friendly and sustainable products.

**Keywords:** Marketing Communication Strategy, EcoTouch, Instagram, Ecofriendly, Sustainability