

# PEMANFAATAN GOOGLE MY BUSINESS SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN (Studi Deskriptif Anna Nanashop Banjarbaru)

**Reina Meiliani<sup>1</sup>, Lieta Dwi Novianti<sup>2</sup>, Risa Dwi Ayuni<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, 18.11.0036

<sup>2</sup>Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, 1126117402

<sup>3</sup>Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, 1122129001

Email: [reinameiliani@gmail.com](mailto:reinameiliani@gmail.com)

## ABSTRAK

**REINA MEILIANI, NPM. 18110036.** Skripsi. “*Pemanfaatan Google My Business Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Deskriptif Anna Nanashop Banjarbaru)*”. Di bawah bimbingan Ibu Lieta Dwi Novianti, M.I.Kom sebagai Pembimbing Utama dan Ibu Risa Dwi Ayuni, M.Si sebagai Co Pembimbing. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui gambaran (1) strategi komunikasi pemasaran Anna Nanashop Banjarbaru dan (2) pemanfaatan Google *My Business* oleh Anna Nanashop Banjarbaru. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan dengan observasi, dokumentasi dan wawancara kepada tujuh orang informan. Analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan (1) strategi komunikasi pemasaran Anna Nanashop Banjarbaru yang menerapkan Bauran Pemasaran 7P pada STP yang sudah ditentukan berhasil menarik minat dan menumbuhkan loyalitas konsumen serta (2) pemanfaatan Google *My Business* berhasil memberikan kemudahan bagi konsumen dengan adanya fitur *Maps* untuk mendatangi lokasi Anna Nanashop Banjarbaru yang terletak di dalam kompleks perumahan dengan akses jalan masuk yang cukup jauh dari jalan utama.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi Pemasaran; STP (*Segmentation, Targeting dan Positioning*); Bauran Pemasaran 7P; Google *My Business*; Anna Nanashop

## ABSTRACT

**REINA MEILIANI, NPM. 18110036.** Thesis. “*Utilization of Google My Business as a Marketing Communication Strategy (Descriptive Study of Anna Nanashop Banjarbaru)*”. Under the guidance of Mrs. Lieta Dwi Novianti, M.I.Kom as the Main Supervisor and Mrs. Risa Dwi Ayuni, M.Si as Co Supervisor. The purpose of the study was to find out an overview of (1) Anna Nanashop Banjarbaru's marketing communication strategy and (2) the use of Google *My Business* by Anna Nanashop Banjarbaru. The research method uses a qualitative approach with a qualitative descriptive type of research. The data was collected by observation, documentation and interviews to seven informants. Data analysis uses data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results showed that (1) Anna Nanashop Banjarbaru's marketing communication strategy that implements the 7P Marketing Mix on the predetermined STP has succeeded in attracting interest and fostering consumer loyalty and (2) the use of Google *My Business* has succeeded in providing convenience for consumers with the *Maps* feature to visit the location of Anna Nanashop Banjarbaru which is located in a residential complex with access to the entrance that is quite far from the main road.

**Keywords:** Marketing Communication Strategy; STP (*Segmentation, Targeting and Positioning*); 7P Marketing Mix; Google *My Business*; Anna Nanashop

4-di-dunia tanggal 31 Maret 2022 jam 18.00 WITA.

Saputro, P. D., Ulya, F., & Mustaqim. 2020. Pengenalan Google My Business untuk Pemanfaatan *Digital Marketing* pada Era *E-Commerce* & Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Barelang*, 2 (1), 20-24.

TalkDGTL. 2020. *Penggunaan Search Engine & Google Bisnisku dalam Digital Marketing*. Bandung: PT Kubus Inovasi Agranara.

Sarastuti, D. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran *Online* Produk Busana Muslim Queenova. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16 (1), 71-90.

Siagian, A., O., & Cahyono, Y. 2021. Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, 3 (1), 206-217.

Sidiq, U., Choiri, M., & Mujahidin, A. 2019. Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53 (9), 1-228.

Umami, Z., & Darma, G. S. 2021. *Digital Marketing: Engaging Consumers with Smart Digital Marketing Content*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23 (2), 94-103.

Yuliani, N., & Novita, D. 2022. Pemanfaatan Google Bisnisku Sebagai Upaya Meningkatkan Rangkaing Bisnis Lokal (Studi Kasus: UMKM Gresik, Jawa Timur). *Jurnal IKRAITH-ABDIMAS*, 5 (1), 146-157.

#### **Website**

APJII. 2022. *Di Balik Tren Edge Data Center di Indonesia*. *Buletin APJII Edisi 91*. Diakses dari <https://www.apjii.or.id/content/read/104/548/BULETIN-APJII-EDISI-91---Juli-2021> tanggal 31 Maret 2022 jam 18.00 WITA.

Prasasti, G. D. 2021. *Menkominfo: Indonesia Negara dengan Pengguna Internet Terbesar ke-4 di Dunia*. *Liputan6.com*. Diakses dari <https://m.liputan6.com/tekno/read/4702435/menkominfo-indonesia-negara-dengan-pengguna-internet-terbesar-ke->