

ABSTRAK

Bisnis indekos dan situs web pengiklan indekos di sekitar kampus merupakan bidang usaha yang cukup menguntungkan. Namun, pandemi Covid-19 yang telah terjadi pada awal tahun 2020 di Indonesia memberikan dampak yang sangat besar bagi banyak sektor bisnis termasuk bisnis indekos dan situs web pengiklan indekos dikarenakan semua perguruan tinggi menerapkan kegiatan belajar mengajar secara daring bagi mahasiswanya sehingga kebutuhan akan indekos menurun. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran pada masa pandemi Covid-19 yang diterapkan oleh Koseeker selaku situs web pengiklan indekos di sekitar kampus. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Untuk menjadi pedoman, penelitian ini menggunakan konsep strategi komunikasi pemasaran yang efektif meliputi strategi pesan dan strategi media yang dicetuskan oleh Mahmud Machfoedz. Hasil dalam penelitian ini adalah strategi pesan yang dijalankan oleh Koseeker adalah isi pesan komunikasi yang bervariasi seperti konten hiburan, edukasi terkait pandemi Covid-19, dan informasi jasa Koseeker serta strategi kreatif dengan memanfaatkan pesan informasional dan emosional pada masa pandemi Covid-19. Sedangkan strategi media dilakukan dengan memilih media sosial Instagram serta memanfaatkan fitur *feeds* sebagai sarana komunikasi pemasaran dan memilih waktu tertentu untuk mengunggah konten seperti pergantian semester baru dan mengunggah pada jam 9.00-10.00 hingga 16.00-18.00.

Kata Kunci : Situs web pengiklan indekos, Pandemi Covid-19, Strategi komunikasi pemasaran, Strategi pesan, Strategi media