

## ABSTRAK

Viola Septiana Putri, 16819514

Strategi komunikasi Pemasaran Kedai Tilil Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan

**Kata Kunci :** Instagram, Strategi Komunikasi Pemasaran  
(x+55+Lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dipakai kedai tilil dalam media sosial di Instagram dan untuk mengetahui pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran kedai tilil di media sosial Instagram. Kedai tilil adalah salah satu akun yang memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran. Dalam hal ini tentu membutuhkan adanya strategi komunikasi pemasaran agar kedai tilil tetap bisa bertahan. Kedai tilil menggunakan sosial media Instagram sebagai startegi dalam berkomunikasi dan memasarkan produknya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian ini melibatkan 1 (satu) orang sebagai informan utama dan 4 (empat) orang sebagai informan pendukung. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori bauran pemasaran (Promotion Mix).. Hasil penelitian adalah elemen komunikasi pemasaran sebagai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan kedai tilil seperti periklanan, penjualan personal, pemasaran langsung, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Berdasarkan temuan penelitian, bahwa komunikasi pemasaran melalui Instagram yang digunakan kedai tilil efektif dan mampu memperluas penyebaran informasi, karena pesan dapat disampaikan langsung melalui unggahan foto profuk dengan menggunakan fitur Instagram yaitu unggahan foto/video, *instastory*, dan *Instagram ads*.

Daftar Pustaka (2017 - 2021)