

ABSTRAK

SHAEFUL FADLIKA SUHERMAN, 16815505

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI INSTAGRAM

(Studi pada akun instagram @fusionmotocare)

(x + 67 + Lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi komunikasi pemasaran melalui Instagram sebagai media pemasaran pada akun Instagram *Fusion Motocare* depok. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif studi kasus. Paradigma yang digunakan adalah paradigma Konstruktivisme. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi pemasaran dengan menggunakan strategi 5 dari *7C's Framework* menurut (Royport & Jaworski, Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara pemilik perusahaan *Fusion Motocare* sebagai narasumber utama lalu dengan empat (4) konsumen yang dipilih secara acak di tempat perusahaan *Fusion Motocare*, pengamatan langsung pada unggahan Instagram akun @fusionmotocare, serta observasi kelapangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Fusion Motocare* menerapkan 5 strategi dari *7C's Concept* yaitu *context* sebagai tampilan yang mengandung kalimat persuasif, *content* yang memfokuskan unggahan pada akun media sosial instagramnya dengan menekankan pada sebuah informasi produk dan jasa, lalu *customization* menampilkan informasi yang sama untuk semua Instagram lainnya. Selanjutnya *communication* dimana perusahaan *Fusion Motocare* dapat berinteraksi secara langsung kepada konsumennya melalui Instagram, dan yang terakhir adalah *connection* yaitu tampilan Instagram *Fusion Motocare* menyediakan sebuah *link* situs lain yang terhubung pada media Instagramnya dan menampilkan halaman situs baru dalam *frame* situs asli. Kesimpulan pada penelitian ini menunjukkan bahwa *Fusion Motocare* melakukan penerapan *5C's Framework* pada strategi komunikasi pemasaran untuk melakukan pemasaran melalui Instagram dan mempromosikan jasa yang disediakan oleh perusahaan ini. Saran bagi pengelola *Fusion Motocare* agar memanfaatkan startegi yang belum terpenuhi yaitu *Community* dan *Commerce* secara optimal sehingga dapat menjadikan salah satu acuan bagi perusahaan lain dalam memasarkan suatu produk atau jasa, bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan pendekatan lainnya antara lain *Pull-Push Strategy*.

Kata kunci : Media sosial Instagram, Pemasaran, *7C's Framework*