

ABSTRAK

Intan Kusumaningrum, 13819027.

Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Toko Baju Tasy the Label Melalui Media *Online Instagram* Dalam Menarik Minat Konsumen.

Kata kunci: Bauran Komunikasi, Instagram, Komunikasi Pemasaran, Strategi Komunikasi Pemasaran Digital, Minat Konsumen, Tasy the Label, Model AISAS.

(xii + 70 + lampiran)

Strategi komunikasi merupakan sebuah kombinasi baik yang terdiri dari semua elemen komunikasi yaitu komunikator, pesan, saluran (media), penerima hingga efek yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang baik. Perkembangan internet mendukung seluruh kegiatan manusia kearah yang serba digital, salah satunya kegiatan komunikasi pemasaran. Hal tersebut tidaklah mudah ditengah banyaknya kompetitor saat ini, dibutuhkan strategi komunikasi pemasaran digital yang tepat untuk dapat mendorong penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui strategi komunikasi pemasaran digital Tasy the Label dengan bantuan bauran komunikasi yang mempunyai 5 elemen yaitu *advertising, personal selling, direct marketing, sales promotion dan public relation*. Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan ini menggunakan wawancara mendalam dan dokumen. Subyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemilik toko baju tasy the label dan konsumen tasy the label di media sosial Instagram. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan landasan model AISAS yang dimana obyek penelitian ini adalah seluruh kegiatan komunikasi pemasaran digital yang dilakukan tasy the label melalui Instagram. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa strategi komunikasi pemasaran digital yang dilakukan tasy the label berlandaskan model AISAS (*attention, interest, search, action, share*) menggunakan media online Instagram untuk menarik perhatian khalayak dengan menggunakan fitur yang ada, seperti instagram ads, Instagram stories, reels, link on bio, feed dan DM (*direct message*). Konten yang dibuat tasy the label berupa promo, giveaway, menggunakan teknik copywriting, membuat konten rekomendasi outfit dan membuka konten interaktif di Instagram stories. Tasy the label menunjukan bahwa strategi yang digunakan terbukti efektif dan efisien dalam menarik minat konsumen dan mempertahankan konsumen secara aktif menggunakan media sosial Instagram.

Daftar Pustaka (1996-2022)