

ABSTRAK

Media sosial mempermudah pengguna dalam berkomunikasi. Instagram merupakan aplikasi yang dapat berbagi foto ataupun video dengan followersnya. Online shop adalah salah satu perusahaan yang melakukan strategi pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi pemasaran. Salah satu UMKM yang melakukan strategi pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi pemasaran adalah Rok Galiya. Di Indonesia Rok Galiya adalah online shop yang khusus menjual rok panjang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang bersifat deskriptif. Dalam penelitian ini pengumpulan data meliputi data primer dan data sekunder yang mana didapatkan dari hasil wawancara, observasi dan juga dokumentasi. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Teori yang digunakan yaitu Komunikasi Pemasaran, Komunikasi Pemasaran Melalui Internet, Strategi untuk Komunikasi Pemasaran yang Efektif, Media Sosial, Instagram. Penulis ingin mengetahui lebih dalam strategi pesan dan strategi media yang dilakukan oleh Rok Galiya. Dalam penelitian ini, Rok Galiya sebagai objek penelitian mengenai pemanfaatan media sosial Instagram Rok Galiya sebagai media komunikasi pemasaran. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Rok Galiya sudah mampu melakukan pemanfaatan strategi media sosial Instagram Rok Galiya sebagai media komunikasi pemasaran dengan efektif. Dengan melakukan strategi pesan yaitu isi komunikasi dan bentuk kreatif pesan serta strategi media yaitu pemilihan media dan celah konsumen.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Strategi Komunikasi Pemasaran