

## ABSTRAK

Sanggar Gia merupakan usaha yang bergerak dalam bidang jasa *wedding organizer*. Saat ini, Sanggar Gia sedang menghadapi permasalahan terhadap penurunan tingkat penjualan yang disebabkan karena kurangnya komunikasi pemasaran. Promosi yang dilakukan oleh Sanggar Gia hanya dengan mengandalkan komunikasi pemasaran dari mulut ke mulut. Dengan mengikuti perkembangan teknologi Sanggar Gia mencoba mempromosikan melalui media sosial Instagram, namun tidak ada satupun yang mengenal keberadaan Instagram Sanggar Gia. Oleh karena itu Sanggar Gia membutuhkan strategi komunikasi pemasaran yang tepat pada Instagram Sanggar Gia. Metode yang digunakan pada Tugas Akhir ini adalah Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Berdasarkan analisis matriks IFE didapatkan total skor sebesar 2.904, sedangkan pada analisis matriks EFE didapatkan total skor sebesar 3.003. Hasil matriks IE berada pada kuadran II yang artinya posisi strategis Sanggar Gia berada pada posisi *Grow and Build* yang artinya kondisi perusahaan sedang bertumbuh dan berkembang. Matriks SWOT menghasilkan 6 alternatif strategi yang dapat dipilih oleh Sanggar Gia. Berdasarkan matriks QSPM alternatif strategi yang diprioritaskan yaitu memanfaatkan fitur-fitur instagram dengan optimal dan membuat konten yang menarik yang dilengkapi watermark pada setiap postingan dengan skor TAS sebesar 6.046. Setelah itu dilakukan implementasi strategi yang terpilih pada Instagram Sanggar Gia, serta dilakukan penilaian terhadap pengguna akun lainnya dengan menggunakan model *Attention Interest Search Action Share* (AISAS) untuk mengetahui efektivitas dari Instagram Sanggar Gia.

**Kata Kunci :** Strategi Komunikasi Pemasaran, Sosial media Instagram, QSPM, Model AISAS.