

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk melihat bagaimana pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Lalana Social Space Melalui Instagram @Lalana.Space. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Menghasilkan gambaran yang sistematis berdasarkan fakta yang akurat adalah tujuan penelitian deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah merupakn, Strategi Komunikasi Pemasaran yang di lakukan Lalana sudah berjalan cukup baik, karena model pemasaran AIDDA telah di terapkan dan sudah terpenuhi. Pemanfaatan Instagram beserta fitur nya sudah cukup untuk memenuhi elemen AIDDA. Media social Instagram dijadikan media pemasaran serta penyampaian informasi kepada konsumen dan target pasar. Kegiatan, promo, atau program-program sudah tersampaikan dengan baik melalui Instagram Lalana. Hampir semua fitur di Instagram telah digunakan Lalana untuk media pemasarannya.

Kata kunci : Strategi; Komunikasi.