

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai Strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial instagram terhadap pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) Fashion di kota Padang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh *JJ Detail Boutique* melalui media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Studi Kasus. Dalam penelitian data dikumpulkan melalui kegiatan wawancara, sumber buku, dan dokumen. Penelitian ini menggunakan konsep strategi komunikasi pemasaran yang efektif oleh Machfoedz yang terdiri dari strategi pesan dan strategi media. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pesan, *JJ Detail Boutique* menentukan tujuan pesan yang ingin disampaikan kepada audiens yaitu menunjukkan kualitas serta model yang ada *pada JJ Detail Boutique* dan menggunakan daya tarik rasional dan emosional. *JJ Detail Boutique* menggunakan Instagram sebagai media pemasarannya karena Instagram menjadi platform yang tepat bagi target audiensnya, dan menggunakan celah konsumen untuk mendapatkan respon yang maksimal dari audiens, selain itu *JJ Detail Boutique* juga menggunakan fitur pada Instagram yang membantunya dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran yang efektif.

Kata Kunci: *Media sosial instagram, Strategi komunikasi pemasaran, Strategi media, Strategi pesan.*