

## ABSTRAK

Instagram menjadi media sosial paling sukses untuk penjualan, hal tersebut dikarenakan Instagram mampu menyajikan konten barang dengan visual yang menarik sehingga pengguna merasa lebih nyaman menikmatinya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Toko Kamera Mbantul melalui Instagram dalam meningkatkan penjualan. Adapun metode yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif. Sumber data penelitian ini diambil dari data primer yang diperoleh langsung dari wawancara mendalam dan data sekunder yang diperoleh dari sosial media Toko Kamera Mbantul khususnya Instagram. Uji validitas data menggunakan triangulasi sumber yang membandingkan hasil wawancara dengan data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Hasil penelitian ini adalah Toko Kamera Mbantul sudah melakukan kegiatan komunikasi pemasaran dengan menerapkan semua tahapan komunikasi yang terdiri dari segmentasi, *targetting*, *positioning*, perencanaan media, kreatif pesan & visual pemasaran dan semua langkah-langkah bauran pemasaran yang terdiri dari 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (penempatan produk) dan *promotion* (promosi). Kemudian fitur-fitur yang ada di Instagram digunakan sebagai sarana untuk melakukan kegiatan komunikasi pemasaran Toko Kamera Mbantul. Kegiatan komunikasi pemasaran Toko Kamera Mbantul didukung oleh Youtube yang berfungsi untuk mengenalkan *brand* Kamera Mbantul yang kontennya berisi *video review* seputar dunia fotografi. Media pendukung yang kedua yaitu *marketplace* (Bukalapak dan Tokopedia) yang digunakan sebagai alat saluran distribusi.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Toko Kamera Mbantul, Media Sosial, Instagram.

## **ABSTRACT**

*Instagram is the most successful social media for sales, because Instagram is able to present goods content with attractive visuals so users feel more comfortable enjoying it. This study aims to describe how the marketing communication strategy carried out by the Mbantul Camera Shop through Instagram in increasing sales. The method used is by using qualitative descriptive methods. The data source of this study was taken from primary data obtained directly from in-depth interviews and secondary data obtained from the social media Mbantul Camera Shop, especially Instagram. Test the validity of the data using triangulation sources that compare the results of interviews with data obtained through several sources. The results of this study are Mbantul Camera Stores have conducted marketing communication activities by implementing all stages of communication consisting of segmentation, targeting, positioning, media planning, creative messaging & visual marketing and all steps of the marketing mix consisting of 4P, namely product, price, place and promotion. Then the features on Instagram are used as a means to conduct marketing communication activities for the Mbantul Camera Shop. The marketing communication activity of the Mbantul Camera Shop is supported by Youtube which serves to introduce the Mbantul Camera brand whose content contains video reviews of photography. The second supporting media is the marketplace (Bukalapak and Tokopedia) which is used as a distribution channel.*

**Keywords:** Marketing Communication Strategy, Mbantul Camera Shop, Social Media, Instagram.