

ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran saat ini sangat berkembang dengan pesat mengikuti perkembangan media online. Penggunaan media sosial dalam pemasaran sudah merambah ke semua bidang, termasuk pada bidang bioskop seperti yang dilakukan oleh *bioskop Sonobudoyo* Yogyakarta. Penggunaan media sosial dilakukan sebagai sarana media pemasaran juga dapat digunakan untuk memelihara hubungan dengan pengunjung. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan media sosial *Instagram* pada *bioskop Sonobudoyo* Yogyakarta. Metode penelitian ini deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Wawancara dilakukan pada koordinator *bioskop Sonobudoyo*, kepada manajer operasional dan kepada bagian media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh *bioskop Sonobudoyo* dilakukan dengan menggunakan *Instagram* cukup efektif untuk meningkatkan jumlah kunjungan. Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan melalui *Instagram* dilakukan dengan cara *Social Sharing* (saling berbagi), *Rating* (peringkat), *Reviewing* (Ulasan), *Connecting* (Terhubung), *Collaborating* (Kolaborasi). Kelebihan penggunaan media sosial *Instagram* dalam pemasaran bagi *bioskop Sonobudoyo* adalah biaya pemasaran yang sangat murah, dapat menjangkau segmen pasar yang sangat luas dan tidak terbatas waktu, dapat mengkonversi pengunjung menjadi pengunjung tetap, sarana penghubung dengan pengunjung yang interaktif. Satu-satunya kekurangan media sosial *Instagram* dalam pemasaran di *bioskop Sonobudoyo* adalah keluhan pengunjung yang terbuka dan sulit dikendalikan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, *bioskop Sonobudoyo*.