

ABSTRAK

AFFAIRS merupakan salah satu produk fesyen lokal Yogyakarta yang memiliki keunikan tersendiri dari segi produk dan material yang digunakan. *AFFAIRS* yang dimulai sejak tahun 2009. Pangsa pasar luar negeripun menjadi sasaran bagi *AFFAIRS* untuk mengenalkan produknya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi pemasaran *online* melalui *instagram*, serta aktivitas yang dilakukan oleh *AFFAIRS* pada media sosial *instagram*. Metode pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan teori komunikasi pemasaran *online* terpadu yang digunakan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan *AFFAIRS*. Pengumpulan data diperoleh dari hasil wawancara, observasi, serta dokumen internal dan eksternal perusahaan. Dari hasil penelitian, dapat diperoleh strategi komunikasi pemasaran dengan melakukan adanya *price, product, promotion*, dan *place*. Serta adanya aktivitas dari strategi komunikasi pemasaran ditujukan dengan *advertising, sales promotion, public relations, personal selling*, dan *direct selling*. Semua kegiatan tersebut diunggah ke dalam media sosial *instagram* yang memiliki tujuan untuk menarik minat konsumen. Peran *Social Media Planner AFFAIRS* sangat diperlukan untuk membuat strategi komunikasi pemasaran. Serta mengunggah visual konten menarik sebagai aktivitas dari *Social Media Planner* untuk menarik minat konsumen pada *instagram*. Bertambahnya pengikut pada media sosial *instagram* menandakan bahwa bentuk strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *social media planner* menarik bagi konsumennya.

ABSTRACT

AFFAIRS is one of Yogyakarta's local fashion product which have certain uniqueness from its product itself and its material since its begin started on 2009. Thus, the global market is now their target for product expansion. The purpose for this research is to review how online marketing communication strategy through Instagram works, and the activity that AFFAIRS have been done with social media. The methods on this research are using qualitative method with integrated online marketing communication theory approach which is used to describe marketing communication strategy that AFFAIRS do. Gathering data through interviews, observation, and reviewing the company's internal and external documents. From the result of this research, can be obtained a marketing communication strategy by doing price, product, promotion, and place, and so there are activities from marketing communication strategy shown with advertising, sales promotion, public relations, personal selling, and direct selling. All those activities are uploaded to social media Instagram to attract customers as its purpose. The role for the AFFAIRS' Social Media Planner is highly needed to marketing communication strategy. Also uploading interesting visual content as Social Media Planner activity to draw interest from the customer on Instagram. The increase of its Instagram followers is a clear sign that the Social Media Planner's marketing communication strategy form is distinctively attractive to its customers.