ABSTRAK

Komunikasi pemasaran merupakan hal yang wajib diimplementasikan dalam sebuah perusahaan. Diferensiasi dan perkembangan pasar yang semakin maju menuntut sebuah perusahaan lebih bijak dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran. Saat ini banyak perusahaan menggunakan media sosial sebagai media komunikasi pemasarannya. Begitu juga dengan Telkom University, sebagai sebuah perguruan tinggi swasta berbasis ICT, Telkom University ingin mengkomunikasikan pesan melalui media sosial. Salah satu media sosial tersebut ialah instagram. Instagram merupakan aplikasi media sosial pada *smartphone* yang memiliki fungsi hampir sama dengan media sosial lainnya, bedanya intagram lebih fokus pada pengambilan foto dan dapat berbagi informasi terhadap pengguna lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi pemasaran SMB Telkom University tahun 2015/2016 melalui media sosial instagram serta mengetahui strategi pesan dan strategi media yang digunakan *Marketing* Telkom University dalam komunikasi pemasaran melalui Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat beberapa strategi pesan dan strategi media yang digunakan *Marketing* Telkom University dalam komunikasi pemasarannya melalui media sosial instagram.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, dan Instagram