

ABSTRAK

Komunikasi Pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam membentuk citra sebuah merek. Perkembangan pasar menuntut perusahaan untuk lebih kreatif dalam memilih strategi komunikasi pemasaran. Termasuk dalam memilih media yang akan digunakan untuk publikasi. Media Kampus Bandung menggunakan media sosial sebagai media komunikasi mahasiswa Bandung. Salah satu media sosial yang digunakan adalah Instagram. Instagram merupakan media berbagi seperti media sosial lainnya, bedanya Instagram lebih fokus kepada visual.

Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Media Kampus Bandung dalam mempromosikan Smile Motion 2016 melalui media sosial Instagram. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data meliputi wawancara dan observasi. Penelitian ini disertai pembahasan dengan menggunakan teori strategi komunikasi melalui media sosial, yaitu strategi pesan, strategi kreatif, dan strategi media.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran Media Kampus Bandung dalam mempromosikan Smile Motion 2016 menggunakan 2 dari 3 strategi komunikasi berdasarkan teori dasar yang digunakan, yaitu strategi kreatif dengan desain kreatif visual serta strategi media baik pemilihan media maupun celah konsumen. Dari strategi komunikasi yang digunakan, Media Kampus Bandung berhasil menarik perhatian *audience*. Hanya saja masih perlu evaluasi dalam strategi komunikasi pemasaran sehingga bisa memberikan dampak yang lebih besar lagi untuk kerjasama selanjutnya.

Kata Kunci: strategi komunikasi pemasaran, media sosial, instagram