

## ABSTRAK

Komunikasi pemasaran adalah hal yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan. Semakin berkembangnya persaingan dalam bisnis, mendorong perusahaan melakukan strategi komunikasi pemasaran. *Trend* media sosial di masyarakat menjadikan hal tersebut sebagai peluang untuk memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi pemasaran. Martabak Mertua, bisnis kuliner asal kota Bandung yang berdiri sejak 2015 ini menggunakan media sosial Instagram sebagai media komunikasi pemasaran produknya. Instagram merupakan aplikasi media sosial yang memiliki fungsi hampir sama dengan media sosial lainnya, namun intagram unggul pada komunikasi visual dan dapat berbagi gambar maupun video dengan pengguna Instagram lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis strategi pesan dan strategi media dalam pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi pemasaran Martabak Mertua. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif metode dengan cara mengumpulkan berbagai fakta berupa kata-kata dan gambar yang berasal dari hasil wawancara, data pengamatan, catatan lapangan yang digunakan untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian.

Penulis menarik kesimpulan bahwa Martabak Mertua mampu melakukan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi pemasaran dengan efektif. Dengan menggunakan strategi pesan yang disampaikan melalui akun Instagram @martabakmertua, mencakup strategi isi informasi komunikasi dan bentuk kreatif pesan. Serta strategi media mencakup strategi pemilihan media Instagram dan celah konsumen yang disesuaikan dengan perilaku target.

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