

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi *electronic word of mouth* yang dilakukan Seblak Baper Instan pada akun media sosial Instagram. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Seblak Baper Instan dalam menyebarkan *electronic word of mouth* untuk mencapai tujuan sebagai seblak instan No. 1 di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian konstruktivis. Objek penelitian pada penelitian ini adalah strategi *electronic word of mouth*. Pembahasan dalam penelitian ini membahas seputar langkah yang dipilih oleh Seblak Baper Instan dalam menyebarkan *electronic word of mouth* pada akun Instagramnya dilihat dari tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Hasil dari penelitian ini adalah, pada tahap perencanaan, Seblak Baper Instan memilih media sosial Instagram sebagai wadah penyebaran *electronic word of mouth* melalui fitur yang terdapat pada Instagram, program *giveaway*, testimoni konsumen dan juga bekerjasama dengan para endorser untuk membantu melakukan kegiatan *electronic word of mouth*. Pada tahap pelaksanaan Seblak Baper Instan fokus menggunakan fitur *feed* dan *Instastory* pada Instagram dengan konten tentang informasi produk, testimoni konsumen dan hasil foto atau video endorser. Seblak Baper Instan juga membuat *hashtag* #seblakbaperinstan agar memudahkan konsumen maupun calon konsumen dalam mencari informasi tentang Seblak Baper Instan di Instagram. Pada tahap evaluasi Seblak Baper Instan didapatkan *electronic word of mouth* terbesar berasal dari testimoni konsumen dan endorser yang menghasilkan penambahan *followers* dan publisitas secara signifikan.

Kata kunci : Strategi, *Electronic Word of Mouth*, Instagram