

ABSTRAK

Penelitian ini mengulas strategi promosi yang dilakukan untuk film Vina: Sebelum 7 Hari untuk meningkatkan Engagement dalam akun Instagram @deecompany_official. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif melalui metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara, dan observasi media sosial. Langkah-langkah analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Tujuan penelitian ini dilaksanakan adalah untuk mengetahui strategi promosi Dee Company untuk mempromosikan film Vina: Sebelum 7 Hari dalam meningkatkan Engagement. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, Dee Company menjalankan *promotion mix* yang meliputi *advertising*, *sales promotion*, *personal selling*, *public relations*, dan *direct marketing*. Dari segala bentuk promosi, Dee Company memprioritaskan untuk melakukan kegiatan *advertising* melalui iklan secara *online* maupun konvensional. Dalam penelitian ini bisa disimpulkan bahwa Dee Company melakukan kegiatan *advertising* secara lebih masif dibandingkan kegiatan promosi yang lain.

Kata Kunci: Strategi promosi, Vina: Sebelum 7 Hari, Dee Company, *promotion mix*