**ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul “**STRATEGI KOMUNIKASI** **PEMASARAN ELIQUID OLEH PT. CITRA MAJU MANDIRI GLOBALINDO PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @CMMGBREW”** dalam memasarkan produk demi meningkatkan jumlah konsumen dengan tanpa kontak fisik saat ini sedang banyak digunakan oleh semua pelaku usaha hal ini memudahkan dalam melakukan apapun menjadi tidak terhalang oleh waktu. Sehingga pemilihan media sosial untuk melakukan penjualan dengan cara memasarkan produk sangat tepat, dikarenakan lebih cepat, mudah, efisien dan efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana PT. Citra Maju Mandiri Globalindo melakukan pemasaran produk dan interaksi dengan konsumen melalui media sosial instagram dengan memaksimalkan fitur-fitur yang ada.

Metode yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif sedangkan untuk pengumpulan data dengan kepustakaan, *internet searching,* dokumentasi serta wawancara yang dilakukan secara mendalam. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Intergrated Marketing Communication (IMC).*

Dari hasil penelitian ini menunjukan bahwa Humas PT. Citra Maju Mandiri GlobalIndo selaku admin akun Instagram @cmmgbrew sudah memanfaatkan media sosial instagram dengan baik dalam pemasaran produk, penyampaian informasi, sosialisasi kepada masyarakat khususnya konsumen e-liquid, meskipun masih ada sedikit kekurangan karena itu hal yang wajar, untuk kedepannya masih bisa diperbaiki dan lebih baik lagi dalam mengelola akun media sosial.

Jika terjadi hambatan atau adanya pertanyaan-pertanyan sudah dapat diatasi dengan cepat tanggap oleh Humas maupun admin agar tidak terjadi kesalahpahaman antara pihak perusahaan dengan masyarakat khususnya konsumen yang mengikuti akun instagram @cmmgbrew. Sehingga tujuan dan citra positif akan didapatkan oleh perusahaan.

**Kata Kunci: Pemasaran, E-Liquid, Instagram**

***ABSTRACT***

*This research is entitled “E-LIQUID MARKETING COMMUNICATION STRATEGY BY PT. CITRA MAJU MANDIRI GLOBALINDO ON SOCIAL*

*MEDIA INSTAGRAM @CMMGBREW” in marketing products to increase the number of consumers without physical contact is currently being widely used by all business actors, this makes it easier to do anything without being hindered by time. So that the selection of social media to make sales by marketing products is very appropriate, because it is faster, easier, efficient and effective.*

*This study aims to determine the extent to which PT. Citra Maju Mandiri*

*Globalindo conducts product marketing and interaction with consumers through Instagram social media by maximizing existing features*

*The method used is descriptive qualitative while for data collection by literature, internet searching, documentation and interviews conducted in depth. The theory used in this research is Integrated Marketing Communication (IMC). From the results of this study indicate that the PR of PT. Citra Maju Mandiri GlobalIndo as the admin of the @cmmgbrew Instagram account has used Instagram social media well in product marketing, information delivery, socialization to the public, especially e-liquid consumers, although there are still some shortcomings because it is a natural thing, in the future it can still be improved and better at managing social media accounts*

*If there are obstacles or there are questions, they can be resolved quickly by the PR and admin so that there are no misunderstandings between the company and the community, especially consumers who follow the @cmmgbrew instagram account. So that goals and a positive image will be obtained by the company*

***Keywords: Marketing, E-Liquid, Instagram***

**RINGKESAN**

Ieu panalungtikan dijudulan “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN E-

LIQUID KU PT. GAMBAR MAJU MANDIRI GLOBALINDO DI

INSTAGRAM MEDIA SOSIAL @CMMGBREW” dina pamasaran produk pikeun nambahan jumlah konsumen tanpa kontak fisik ayeuna loba dipaké ku sakabéh palaku bisnis, hal ieu ngajadikeun leuwih gampang pikeun ngalakukeun nanaon tanpa dihalangan ku waktu. Sangkan pilihan média sosial pikeun nyieun jualan ku pamasaran produk téh luyu pisan, sabab leuwih gancang, gampang, efisien jeung éféktif.

Ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun mikanyaho kamana PT. Citra Maju Mandiri Globalindo ngalaksanakeun pamasaran produk sareng interaksi sareng konsumen ngalangkungan média sosial Instagram kalayan maksimalkeun fitur anu aya.

Métode anu digunakeun nyaéta déskriptif kualitatif sedengkeun pikeun ngumpulkeun data ku pustaka, maluruh internét, dokuméntasi jeung wawancara dilakukeun sacara jero. Tiori anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta Integrated Marketing Communication (IMC).

Tina hasil panalungtikan ieu nunjukkeun yén Humas PT. Citra Maju Mandiri GlobalIndo salaku admin akun Instagram @cmmgbrew parantos ngagunakeun média sosial Instagram kalayan hadé dina pamasaran produk, penyampaian informasi, sosialisasi ka masarakat hususna konsumen e-liquid, sanajan masih kénéh aya kakirangan sabab éta hal anu lumrah. Dina mangsa nu bakal datang masih bisa ditingkatkeun komo hadé dina ngatur akun média sosial.

Upami aya kendala atanapi aya patarosan, tiasa gancang direngsekeun ku Humas sareng admin supados henteu aya salah paham antara perusahaan sareng masarakat, khususna konsumen anu nuturkeun akun instagram @cmmgbrew. Janten tujuan sareng citra anu positif bakal dimeunangkeun ku perusahaan.

**Kecap Konci: Pemasaran, E-liquid, Instagram**