

## ABSTRAK

Pemasaran yang dilakukan secara konsisten, dikemas dengan konten yang menarik, memberikan hadiah, dan berkualitas tinggi dapat menarik konsumen dalam jangka panjang. Dalam proses pemasaran, langkah pertama dan sangat penting adalah dengan menarik perhatian calon konsumen. Komunikasi pemasaran yang tepat dapat mempengaruhi dan meningkatkan penjualan suatu produk. Penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh @luku.official di Instagram.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivis dengan teori AISAS yang terdiri dari lima unsur yaitu *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Search* (pencarian), *Action* (tindakan) dan *Share* (berbagi). Pengumpulan data dilakukan melalui proses pengumpulan data empiris dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi dengan melibatkan responden.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penetapan tujuan, segmentasi pasar, *positioning* dan diferensiasi merupakan hal yang penting dalam memasarkan suatu produk. @luku.official menerapkan lima elemen dalam teori AISAS untuk memahami kebutuhan dan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produknya. Agar konsumen dapat melakukan pembelian, mencari informasi, dan memberikan review terkait produk yang dipasarkan. Oleh karena itu, minat dan loyalitas pelanggan meningkat yang mengakibatkan pembelian berulang dan promosi dari mulut ke mulut.

**Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Strategi Komunikasi Pemasaran, Teori AISAS, Instagram**

## **ABSTRACT**

*Consistently done, packed with interesting contents, gift, and high quality marketing may attract consumer in the long run. In the marketing process, the first and a very important step is to attract the attention of the potential consumers. Proper marketing communication can affect and improve the sales of a product. This research focuses on how the marketing communication strategy is implemented by @luku.official on Instagram.*

*The research method used is a qualitative method with a qualitative descriptive study approach using the constructivist paradigm with AISAS theory which consists of five elements, attention, interest, search, action and share. The data is collected through empirical data collection process by observations, in-depth interviews, and documentations involving respondents.*

*Based on the result of this esearch, it can be concluded that establishing the objective, market segmentation, positioning and differentiation are important in marketing a product. @luku.official implemented five element in the AISAS theory to understand the needs and behavior of the consumer in order to make purchase of their product, For the cosumers to make purchase, find information, and provide reviews related to the marketed product. Therefore, the consumers interest and loyalty are improved which resulted in repeated purchase and word-ofmouth promotions.*

***Keywords: Marketing Communication, Marketing Communication Strategy, AISAS Theory, Instagram***

## RINGKESAN

Pamasaran dipigawé konsistén, dibungkus ku media nu menarik, berhadiah, sarta pamasaran nu boga kualitas luhur tur narik konsumén dina jangka panjang.

Dina prosés pamasaran, langkah munggaran tur pohara penting pikeun narik perhatian konsumén poténsial. Komunikasi pamasaran anu leres tiasa mangaruhan sareng ningkatkeun penjualan produk. Ieu panalungtikan museur kana kumaha strategi komunikasi pamasaran anu dilaksanakeun ku @luku.official dina Instagram.

Métode panalungtikan anu digunakeun nyaéta métode kualitatif kalawan pendekatan studi deskriptif kualitatif ngagunakeun paradigma konstruktivisme kalawan tiori AISAS anu diwangun ku lima unsur, nya éta perhatian, minat, maluruh, tindakan jeung babagi. Data dikumpulkeun ngaliwatan prosés ngumpulkeun data émpiris ku cara observasi, wawancara mendalam, jeung dokuméntasi ngalibetkeun réspondén.

Dumasar kana hasil panalungtikan, bisa dicindekkeun yén penetapan tujuan, segmentasi pasar, positioning jeung diferensiasi mangrupa hal anu penting dina pamasaran hiji produk. @luku.official ngalarapkeun lima unsur dina téori AISAS pikeun ngartos kabutuhan sareng kabiasaan konsumen dina mésér produkna. Sangkan konsumén bisa meser, néangan informasi, sarta méré ulasan patali produk keur dipasarkan. Ku alatan éta, minat jeung kasatiaan customer naek nu ngakibatkeun ngagaleuh ulang jeung promosi kecap tipabeja beja. Ieu tiasa ningkatkeun minat sareng kasatiaan palanggan kana produk kalayan ngagaleuh terus-terusan sareng promosi lisan.

**Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Strategi Komunikasi Pemasaran, Teori AISAS, Instagram**