

ABSTRAK

Industri kreatif saat ini di kota Bandung berkembang sangat pesat, terutama pada sektor industri fesyen, Forever Young Crew merupakan salah satu bentuk usaha yang masuk dalam industri mode yang menyediakan produk jadi berupa Sepatu, Kaos, Jaket, dan sebagainya, banyaknya persaingan di antara pengusaha industri ini diperlukan suatu strategi komunikasi pemasaran untuk promosi, bentuk strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan ini tidak hanya dalam bentuk offline saja tetapi dengan online, strategi komunikasi pemasaran secara digital bisa menggunakan analisis SOSTAC (*Situation, Objective, Strategy, Tactics, Action dan Controlling*), penggunaan media sosial seperti instagram sebagai media promosi sekarang sudah digunakan oleh industri kreatif. Penelitian ini bertujuan melihat strategi komunikasi pemasaran dengan pemanfaatan media sosial instagram oleh Forever Young Crew dalam menyampaikan pesan-pesan promosi agar bisa tersampaikan kepada khalayak.

Penelitian ini menggunakan metodologi pendekatan kualitatif deskriptif serta menggunakan paradigma konstruktivisme. Data penelitian ini didapatkan dari 2 informan utama dari Forever Young Crew dan 1 informan pendukung dari ahli bidang komunikasi serta sebagai dosen, studi pustaka, dokumentasi audio dan visual. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Forever Young Crew menggunakan beberapa strategi komunikasi mulai dari penerapan SOSTAC (*Situation, Objective, Strategy, Tactics, Action dan Controlling*), lalu strategi komunikasi seperti promosi dengan pemanfaatan media sosial instagram untuk menyampaikan produk-produk mereka dalam bentuk visual dan pesan.

Kata kunci: Industri Kreatif, Strategi Komunikasi Pemasaran, SOSTAC, Instagram