

ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran merupakan jembatan antara perusahaan dengan target konsumen mereka untuk menciptakan interaksi dan hubungan yang baik. Pada zaman sekarang, akibat perkembangan teknologi yang semakin berkembang, media media digital kerap digunakan oleh perusahaan perusahaan untuk kegiatan komunikasi pemasaran mereka., salah satu media digital yang sedang marak adalah media sosial. Penelitian in berjudul Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Bright Gas oleh PT. Pertamina (Persero) pada Akun Instagram @brightgas . Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Pertamina (Persoro) pada produk mereka yaitu Bright Gas melalui media sosial *Instagram* dengan akun @brightgas. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif serta didukung oleh paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara terstruktur, observasi partisipatif, serta dokumentasi. Pembahasan melalui hail wawancara dengan jumlah informan penelitian sejumlah 2(dua) orang yaitu Ast Manager Brand Communication PT. Pertamina (Persero) sebagai informan kunci dan CEO Idealog & Konsultan Komunikasi sebagai informan ahli. Strategi pesan dan Strategi Media (Machfoedz 2010) dalam melakukan strategi komunikasi pemsaran melalui media sosial Instragram.

Kata kunci : Strategi, Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, *Instagram*