

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif untuk meneliti strategi komunikasi pemasaran *brand* Mischief Denim di media sosial Instagram. Fokus penelitian ini adalah menganalisa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *brand* Mischief dalam melakukan pemasaran menggunakan media sosial Instagram untuk menghadapi perkembangan zaman yang semakin pesat guna menarik khalayak konsumen lebih banyak. Dalam penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi pemasaran media sosial Instagram Mischief Denim. Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan suatu kesimpulan tentang penerapan strategi komunikasi pemasaran Mischief Denim serta manfaat yang didapat jika strategi tersebut diterapkan pada Mischief Denim. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data yang dianalisis adalah hasil wawancara dengan *manager store*, konsumen, serta *followers* dari Mischief Denim. Hasil penelitian ini adalah Mischief Denim sudah melakukan berbagai aspek dalam strategi komunikasi pemasaran dari strategi pesan dan strategi media. Dari semua strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Mischief Denim maka timbulah minat beli konsumen terhadap produk tersebut.

Kata Kunci: Strategi komunikasi pemasaran, manfaat strategi komunikasi pemasaran, media sosial, instagram.
