

ABSTRAK

Komunikasi pemasaran merupakan salah satu strategi bagi para pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnisnya di dunia digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi pemasaran Tami Yakitori melalui media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan paradigma interpretif. Teknik pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran yang dilakukan Tami Yakitori pada tahap perencanaan strategi pesan, Tami Yakitori merancang isi informasi komunikasi dan bentuk kreatif pesan dengan melakukan penyesuaian terhadap target pasar terlebih dahulu. Serta pada tahap strategi media, Tami Yakitori memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media utama dengan mengoptimalkan prime time untuk waktu ublikasi konten. Namun, pemanfaatan media sosial oleh Tami Yakitori masih belum luas dan maksimal, sehingga belum menerapkan strategi pemasaran secara efektif. Berdasarkan penelitian tersebut, peneliti memberikan saran kepada Tami Yakitori agar bisa menjangkau audiens yang lebih luas dari dengan menggunakan berbagai platform media sosial lainnya, sehingga dapat memberikan kesempatan untuk Tami Yakitori berkembang mengikuti perkembangan digital.

Kata Kunci: *Komunikasi Pemasaran, Strategi, Instagram, Tami Yakitori*