

## ABSTRAK

Dari hasil wawancara melalui studi kasus ini untuk mengetahui “Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam Mewujudkan *Customer Engagement*: Studi Kasus Dilakukan Melalui Akun Media Sosial Instagram @Wilmerstudios.” Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perencanaan, implementasi dan pentingnya evaluasi dalam sebuah pemasaran yang khususnya pada akun media sosial @Wilmerstudios.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menggunakan jenis studi kasus dengan melakukan observasi, wawancara mendalam, dan teknik pengumpulan data terdokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah (1) Perencanaan yang dilakukan Wilmerstudios dapat dikatakan cukup baik karena memenuhi empat aspek dalam pemasaran menurut Jerome McCarthy. (2) Dalam Implementasi Wilmerstudios sudah menerapkan tiga tahap dari empat tahapan customer engagement meski belum melakukannya dengan maksimal melalui media sosial Instagram. (3) Evaluasi dari strategi komunikasi pemasaran Wilmerstudios sudah cukup baik dengan adanya agenda evaluasi yang terjadwal, dan dalam pembahasannya yang mengidentifikasi kendala dan memperbaiki kekurangan hal ini dapat mengoptimalkan customer engagement pada perusahaan.

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

## ABSTRACT

From the results of interviews through this case study to find out “Marketing Communication Strategy Through Instagram Social Media in Realizing Customer Engagement : A Case Study Conducted Through Instagram @Wilmerstudios Social Media Account”. The purpose of this study is to find out how the planning, implementation and importance of evaluation in marketing, especially on the @Wilmerstudios social media account.

This research used a qualitative method with the type of case study research, collecting data by observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques used in this research are data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The results of this study are (1) the planning carried out by Wilmerstudios can be said to be quite good because it fulfills four aspects of marketing according to Jerome McCarthy. (2) In the implementation, Wilmerstudios has implemented three of the four stages of customer engagement, even though it has not done it optimally through Instagram social media. (3) The evaluation of Wilmerstudios' marketing communication strategy is quite good with a scheduled evaluation agenda, and in its discussion identifying obstacles and improving these can optimize customer engagement in the company.

**Keywords :** Marketing Communication Strategy, Social Media, Instagram, Customer Engagement.