

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran *Comfort of Chocolate* (Co.Choc) dalam meningkatkan daya jual kepada konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui periklanan di media sosial Co.Choc dalam meningkatkan daya jual kepada konsumen, untuk mengetahui program kolaborasi dengan *influencer* yang dilakukan Co.Choc dalam meningkatkan daya jual kepada konsumen, dan untuk mengetahui potongan harga yang dilakukan Co.Choc dalam meningkatkan daya jual kepada konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara (*Indepth Interview*), dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, komunikasi pemasaran *Comfort of Chocolate* (Co.Choc) dalam meningkatkan daya jual kepada konsumen adalah melakukan periklanan di media sosial Instagram yang digunakan untuk meningkatkan *awareness*; sebagai *platform* untuk memperhatikan kostumer melalui unggahan di media sosial Instagram Co.Choc yang mengutamakan aspek segmentasi atau target pasar; dan mempertahankan kepercayaan konsumen melalui program *giveaway* yang dijalankan. Selanjutnya adalah mengadakan program kolaborasi dengan *influencer* yang didalamnya terdapat penandatanganan kontrak kerjasama dengan management *influencer* dan terdapat skenario yang dibentuk oleh Co.Choc untuk *influencer* tersebut sebelum varian rasa produk yang baru *launching*. Lalu yang terakhir mengadakan potongan harga atau *discount* yang bertujuan untuk meningkatkan kuantitas produk yang terjual, menjadikan Co.Choc sebagai pilihan produk yang akan dibeli oleh calon konsumen, serta untuk menjaga pelanggan lama dan menarik perhatian pelanggan baru.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa komunikasi pemasaran *Comfort of Chocolate* (Co.Choc) dalam meningkatkan daya jual kepada konsumen memiliki pengaruh dalam peningkatan penjualan produk, namun ada beberapa hal yang harus dikembangkan guna untuk meningkatkan *awareness* khalayak dan menambah calon pelanggan yang baru.