

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membawa kita kedalam era *digital* yang semakin hari semakin *modern*. Saat ini media sosial tidak hanya digunakan untuk keperluan individu, namun juga dapat digunakan untuk *branding*, promosi, dan meningkatkan penjualan oleh pelaku bisnis, UMKM, dan perusahaan melalui *content marketing* yang dikemas secara kreatif dan relevan dengan audiens. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Tribun Jabar dalam meningkatkan penjualan melalui *content marketing*. Penelitian ini menggunakan teori Komunikasi Pemasaran dengan model *Integrated Marketing Communication Content Marketing* (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2019). Metode yang digunakan ialah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah Tribun Jabar berhasil menerapkan strategi komunikasi pemasarannya dengan memaksimalkan *content matrix*, penjadwalan konten, *hook*, dan juga skrip yang digunakan ketika membuat konten. Konten pemasaran yang dibuat ialah menggunakan metode *soft* dan juga *hard selling* yang dikemas kreatif untuk menarik klien dan juga calon klien.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Instagram, *Content Marketing*

ABSTRACT

Rapid technological advancements have ushered us into an increasingly modern digital era. Social media is now used not only for individual use but also for branding, promotion, and sales growth by businesses, MSMEs, and companies through creatively packaged and audience-relevant content marketing. The purpose of this study is to determine the marketing communication strategy employed by Tribun Jabar to increase sales through content marketing. This research utilizes Marketing Communication theory with the Integrated Marketing Communication and Content Marketing model (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2019). The method used is a case study with a qualitative approach. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. The results of this study indicate that Tribun Jabar has successfully implemented its marketing communication strategy by maximizing the content matrix, content scheduling, hooks, and scripts used when creating content. The marketing content created utilizes both soft and hard selling methods, creatively packaged to attract clients and potential clients.

Keywords: Marketing Communication, Social Media, Instagram, Content Marketing