

# **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG EVENT MUSIK WE THE FEST 2019**

**Muhammad Bagas Dwi Saputra Santofia**

## **ABSTRAK**

Latar belakang dalam penelitian ini di dasarkan dengan adanya iklan di media sosial Instagram yang sedang diminati masyarakat saat ini. Hal ini membuat penulis melakukan penelitian tentang Strategi Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram dalam meningkatkan jumlah pengunjung Event Musik We The Fest. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SOSTAC, serta konsep tentang media sosial Instagram. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode penelitian pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam. Data dalam penelitian ini adalah wawancara terhadap Media Relations dari Ismaya Group. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa jumlah pengunjung dapat dipengaruhi dari strategi yang dipakai dan jumlah followers di Instagram yang menentukan keberhasilan dan peningkatkan jumlah pengunjung Event musik We The Fest 2019. Sehingga membuat Event Musik We The Fest terus meningkat melalui publikasi yang dilakukan menggunakan Media Sosial Instagram seiring berjalannya waktu. Untuk kedepannya diharapkan mampu memberikan strategi yang lebih unik di Media Sosial Instagram agar semakin meningkatkan jumlah pengunjung di tahun-tahun berikutnya.

**Kata kunci** : Strategi, Media Sosial Instagram, SOSTAC, Event musik We The Fest.

***SOCIAL MEDIA MARKETING COMMUNICATION INSTAGRAM  
STRATEGIES IN INCREASING THE NUMBER OF VISITORS MUSIC EVENT  
WE THE FEST 2019***

**Muhammad Bagas Dwi Saputra Santofia**

***ABSTRACT***

*The background in this study is based on the existence of advertisements on Instagram social media which are currently in demand by the public. This makes the authors conduct research on the Instagram Social Media Marketing Communication Strategy in increasing the number of visitors to the We The Fest Music Event. The analysis model used in this study is SOSTAC, as well as the concept of Instagram social media. The approach in this research uses qualitative research with data collection research methods using in-depth interviews. The data in this study were interviews with the Media Relations of the Ismaya Group. The results of this study can be concluded that the number of visitors can be influenced by the strategies used and the number of followers on Instagram which determine the success and increase in the number of visitors to the We The Fest 2019 music event. So that the We The Fest Music Event continues to increase through publications conducted using Instagram Social Media. as time goes by. In the future, it is hoped that it will be able to provide a more unique strategy on Instagram Social Media in order to further increase the number of visitors in the following years.*

***Keywords*** : Strategy, Social Media Instagram, SOSTAC, Event music We The Fest