

INTISARI

Strategi pemasaran merupakan strategi yang telah dirancang dan kemudian digunakan dalam mempromosikan barang atau jasa guna meningkatkan penjualan atau menghasilkan keuntungan. Strategi pemasaran yang digunakan oleh restoran seblak pasta ialah dengan menggunakan jasa digitaluna *creative* yang memiliki strategi pemasaran dengan berfokus pada media sosial instagram. Media sosial merupakan sarana interaksi online yang dapat digunakan untuk komunikasi, berbagi, interaksi dan melakukan promosi. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh digitaluna *creative* dalam meningkatkan penjualan seblak pasta di masa pandemi covid-19. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif. Dengan teknik pengumpulan data yaitu dokumentasi berupa foto, teknik observasi, dan teknik wawancara tidak terstruktur. Jenis data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh melalui hasil observasi partisipatif dan wawancara tidak terstruktur, serta data sekunder yang diperoleh saat peneliti melakukan praktek kerja lapangan, dari buku, jurnal, internet dan data internal digitaluna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh digitaluna *creative* memiliki strategi khusus dalam mengelolah akun instagram seblak pasta, antara lain: membuat *content planner* sebagai langkah pertama dalam melakukan strategi pemasaran di media sosial, optimasi fitur instagram, membuat paket promo, posting di waktu yang tepat, memiliki visual yang menarik dan menampilkan testimoni atau *review* dari pelanggan restoran seblak pasta.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, media sosial instagram, digitaluna *creative*, restoran seblak pasta.

ABSTRAK

Marketing strategy is a strategy that has been designed and then used in promoting goods or services to increase sales or generate profits. The marketing strategy used by the Seblak Pasta restaurant is to use the services of Digitaluna Creative, which has a marketing strategy that focuses on Instagram social media. Social media is a means of online interaction that can be used for communication, sharing, interaction and promotion. The purpose of this research is to find out the marketing strategy carried out by digitaluna creative in increasing sales of seblak pasta during the covid-19 pandemic. The type of research used is descriptive qualitative. With data collection techniques, namely documentation in the form of photos, observation techniques, and unstructured interview techniques. The types of data used are primary data obtained through participatory observations and unstructured interviews, as well as secondary data obtained when researchers conduct fieldwork practices, from books, journals, internet and digitaluna internal data. The results show that the marketing strategy carried out by Digitaluna Creative has a special strategy in managing Seblak Pasta's Instagram accounts, including: creating a content planner as the first step in carrying out marketing strategies on social media, optimizing Instagram features, creating promo packages, posting at the right time. has attractive visuals and displays testimonials or reviews from customers of Seblak Pasta restaurants.

Keywords: Marketing strategy, instagram social media, digitaluna creative, seblak pasta restaurant.