

ABSTRAK

Firdausi, Nabila Alifiana, 2021. *Strategi Komunikasi Pemasaran Industri Kreatif Melalui Corporate Image Di Media Sosial Instagram (Study Kasus Industri Kreatif Griya Batik Notonegoro Jember)*. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing: Ari Susanti S.Sos., M.Med.Kom.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Industri Kreatif, *Corporate Image, Instagram*.

Skripsi ini mengkaji tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh industri kreatif Griya Batik Notonegoro Jember melalui media sosial *Instagram* dengan lebih mengerucutkan pembahasan pada strategi membangun *Corporate Image*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang menekankan pada komunikasi pemasaran, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui wawancara tidak terstruktur, observasi non partisipan dan dokumentasi. Hasil data penelitian ini diolah menggunakan metode reduksi data, display data lalu penarikan kesimpulan. Objek penelitian ini yaitu industri kreatif Griya Batik Notonegoro Jember yang meliputi pemilik industri kreatif, karyawan yang bertugas dalam pemasaran, dan admin akun media sosialnya serta beberapa karyawan lain jika diperlukan memberi informasi. Hasil dari penelitian ini adalah Industri Kreatif Notonegoro Jember berhasil dalam hal komunikasi pemasaran dengan mengunggulkan citra perusahaan (*Corporate Image*) di mata konsumen melalui media yang telah dipaparkan sebelumnya, hal ini ditunjukkan dengan eksistensi Griya Batik Notonegoro yang tetap bersinar hingga saat ini setelah 11 tahun berjalan.

ABSTRACT

Firdausi, Nabila Alifiana, 2021. *Creative Industry Marketing Communication Strategy Through Corporate Image on Instagram Social Media (Case Study of Griya Batik Notonegoro Jember Creative Industry)*. Thesis, Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences, University Muhammadiyah Jember. Supervisor: Ari Susanti S.Sos., M.Med.Kom.

Keywords: *Communication Strategy, Marketing Communication, Creative Industry, Corporate Image, Instagram.*

This thesis examines how the marketing communication strategy is carried out by the creative industry of Griya Batik Notonegoro Jember through social media Instagram by focusing more on the strategy of building a Corporate Image. This study uses a descriptive qualitative approach that emphasizes marketing communication, while the data collection techniques used are through unstructured interviews, non-participant observation and documentation. The results of this research data are processed using data reduction methods, display data and draw conclusions. The object of this research is the creative industry of Griya Batik Notonegoro Jember which includes creative industry owners, employees in charge of marketing, and their social media account admins as well as several other employees if needed to provide information. The results of this study are the Notonegoro Jember Creative Industry is successful in terms of marketing communication by favoring the corporate image (Corporate Image) in the eyes of consumers through the media that has been described previously, this is indicated by the existence of Griya Batik Notonegoro which continues to shine until now after 11 years running.