



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Marketing Communication & Advertising

Mayrisa Kusumaratri  
44315110016

Strategi Penggunaan *Influencer* Dalam *Digital Marketing* Untuk Meningkatkan Penjualan Produk *Fashion* Studi Kasus *Instagram Brand Sissae Chic* Dengan *Influencer Elxi Elvina* (Periode Februari – Mei 2020)

Jumlah Halaman : xiii + 120 Halaman + 23 Gambar

Bibliografi : 29 Buku , Tahun 1978-2018

## ABSTRAK

Perkembangan komunikasi konvensional menjadi lebih *modern*, menjadikan semakin pesatnya perkembangan teknologi. Dengan munculnya Internet, khususnya di Indonesia masyarakat beralih ke teknologi *Digital* sehingga Indonesia menjadi pasar potensial *Digital*. Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi penggunaan *Influencer* dalam *Digital Marketing* untuk meningkatkan penjualan.

Dalam penelitian ini menggunakan teori-teori berkaitan dengan komunikasi pemasaran terpadu era *Digital* , sosial media marketing khususnya *Instagram* dan *Influencer Marketing*.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan sudut pandang kualitatif dan metode pendekatan studi kasus.

Hasil dari penelitian ini adalah brand *Sissae Chic* menggunakan *Influencer* untuk menjangkau *market* yang lebih spesifik dan lebih muda melalui *Elxi Elvina*. Penggunaan *Influencer* ini sebagai alat pembentuk keputusan dari pelanggan itu dengan memanfaatkan sosial media *Instagram* dan menggunakan *tools* yang tersedia. Brand *Sissae Chic* menyelenggarakan *Giveaway* dan *Campaign* bersama *Influencer Elxi Elvina* sebagai salah satu strateginya untuk menciptakan *awareness*.

Kata Kunci : *Digital, Instagram, Influencer, Campaign, Sissae Chic*