

ABSTRAK

Tujuan daripada penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana strategi komunikasi pemasaran *Islamic Productivity* (*brand* NAFS) oleh Mas Putra melalui akun Instagram *@masputra.ip* beserta faktor-faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi pemasaran tersebut. Mas Putra (*@masputra.ip*) adalah seorang *content creator*, *trainer*, dan *founder* dari *brand* NAFS (*@nafsisd*). Ia membangun dan memanfaatkan *personal branding* yang dimiliki dalam menyebarkan *Islamic Productivity* melalui media sosial pribadinya, khususnya Instagram.

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan teori atau konsep Bauran Pemasaran (4P) dan Komunikasi Pemasaran Terpadu atau *Integrated Marketing Communication* (IMC). Saat mengumpulkan data, penulis menggunakan teknik observasi, khususnya terhadap akun Instagram *@masputra.ip*. Selain observasi, penulis juga melakukan wawancara penelitian melalui komunikasi daring sinkron kepada beberapa informan (*founder*, pengelola/konsultan, dan konsumen NAFS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Mas Putra sudah efektif dan media utama yang Mas Putra gunakan dalam strategi komunikasi pemasaran ini adalah Instagram dengan metode utama *Cold-Warm-Hot*.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Instagram, Media Pembelajaran

ABSTRACT

The objective of this research is to understand communication marketing strategy of Islamic Productivity (NAFS brand) by Mr. Putra on Instagram @masputra.ip, along with its supporting factors and obstacles on marketing communication in this case. Mas Putra (@masputra.ip) is a content creator, trainer, and also founder of brand NAFS (@nafsisd). He built and utilized his personal branding to show Islamic Productivity by his social media, especially his Instagram.

The research method the writer used in this research is qualitative method within marketing mixture (4P) and Intergrated Marketing Communication (IMC). While collecting the data, writer was using observation technique especially for Instagram account @masputra.ip. In addition to observation, the writer conducted online interview conversation to synchronize with experts (founder, manager/consultant and another NAFS consumers).

The result of this research shows that marketing communication strategic done by Mr.Putra has been effective. Respectively, the spot media Mr.Putra used in marketing communication strategy is Instagram with Cold-Warm-Hot Method.

Key words: Marketing Communication, Instagram, instructional media