



ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN KAFE KOPI TEMAN ISTIMEWA MELALUI AKUN INSTAGRAM @temanistimewa.coffe

Shafira Oktaviana Putri
5211711028

Kafe di Indonesia khususnya di kalangan generasi milenial dan Gen Z, media sosial Instagram telah menjadi platform strategis untuk membangun *brand awareness* dan *customer engagement*. Kafe Kopi Teman Istimewa dalam akun Instagram @temanistimewa.coffe bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh kafe melalui *platform* media sosial Instagram. Dengan menerapkan pendekatan kualitatif dan menggunakan kerangka teori *Circular Model of Some*, penelitian ini menyelidiki bagaimana elemen elemen seperti konten visual yang menarik, intraksi aktif dengan pelanggan, serta inovasi dalam pemasaran dapat berkontribusi pada peningkatan daya tarik dan keterlibatan pelanggan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan fitur fitur Instagram secara optimal, bersama dengan hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan, memiliki peran krusial dalam memperkuat citra merek dan mendorong peningkatan penjualan kafe di tengah persaingan yang ketat di era digital. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti pentingnya adaptasi strategi komunikasi yang responsif terhadap tren dan preferensi pelanggan untuk mencapai keberhasilan jangka panjang dalam industri kafe.

Kata Kunci: Media Sosial Instagram, Kafe Kopi Teman Istimewa, Strategi Komunikasi Pemasaran, Circular Model of Some

ABSTRACT

MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN ATTRACTING CUSTOMERS OF THE TEMAN ISTIMEWA COFFEE CAFE THROUGH THE INSTAGRAM ACCOUNT @temanistimewa.coffe

Shafira Oktaviana Putri
5211711028

Cafes in Indonesia, especially among the millennial and Gen Z generations, social media Instagram has become a strategic platform for building brand awareness and customer engagement. Cafe Kopi Teman Istimewa, with its Instagram account @temanistimewa.coffe aims to analyze and explain the marketing communication strategies implemented by cafes through the social media platform Instagram. By applying a qualitative approach and using the Circular Model of Some theoretical framework, this study investigates how elements such as attractive visual content, active interaction with customers, and innovation in marketing can contribute to increasing customer attraction and engagement. The findings of this study indicate that optimal utilization of Instagram features, along with ongoing relationships with customers, have a crucial role in strengthening brand image and driving increased cafe sales amidst intense competition in the digital era. In addition, this study also highlights the importance of adapting communication strategies that are responsive to customer trends and preferences to achieve long-term success in the cafe industry.

Keywords: *Instagram Social Media, Special Friend Coffee Cafe, Marketing Communication Strategy, Circular Model of Some*