

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Omah Kopi 78, sebuah *coffee shop* lokal, melalui media sosial Instagram. Media sosial, khususnya Instagram, menjadi platform yang sangat efektif dalam menjangkau konsumen masa kini yang lebih banyak menghabiskan waktu online. Omah Kopi 78 memanfaatkan Instagram sebagai alat untuk membangun kesadaran merek (*brand awareness*), menarik minat konsumen, dan meningkatkan penjualan. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode studi kasus untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Omah Kopi 78.

Data penelitian diperoleh melalui wawancara dengan pengelola Omah Kopi 78 dan analisis konten Instagram mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Omah Kopi 78 mengimplementasikan berbagai teknik pemasaran, seperti pembuatan konten visual yang menarik, penggunaan *hashtag* yang relevan, serta pemanfaatan fitur *Instagram Stories* dan *IGTV* untuk menyampaikan informasi dan promosi kepada audiens. Selain itu, Omah Kopi 78 juga memanfaatkan interaksi langsung melalui komentar dan *direct message* (DM) juga menjadi strategi yang efektif dalam membangun hubungan personal dengan pelanggan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran telah memberikan dampak positif bagi Omah Kopi 78 dalam hal peningkatan visibilitas, loyalitas pelanggan, serta kontribusi terhadap pertumbuhan penjualan. Dengan mengintegrasikan strategi komunikasi yang tepat dan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram, Omah Kopi 78 berhasil menciptakan hubungan yang lebih erat dengan audiens dan menjaga eksistensinya di pasar yang kompetitif.

Kata kunci: strategi komunikasi pemasaran, media sosial, Instagram, Omah Kopi 78, *coffee shop*, pemasaran digital.

ABSTRACT

This research aims to analyze the marketing communication strategy implemented by Omah Kopi 78, a local coffee shop, via Instagram social media. Social media, especially Instagram, has become a very effective platform in reaching today's consumers who spend more time online. Omah Kopi 78 uses Instagram as a tool to build brand awareness, attract consumer interest and increase sales. This research was conducted with a qualitative approach and used the case study method to gain an in-depth understanding of the marketing communication strategy implemented by Omah Kopi 78.

Research data was obtained through interviews with Omah Kopi 78 managers and analysis of their Instagram content. The research results show that Omah Kopi 78 implements various marketing techniques, such as creating attractive visual content, using relevant hashtags, and utilizing the Instagram Stories and IGTV features to convey information and promotions to the audience. Apart from that, Omah Kopi 78 also utilizes direct interaction through comments and direct messages (DM) which is also an effective strategy in building personal relationships with customers.

Overall, this research concludes that the use of Instagram as a marketing communications medium has had a positive impact on Omah Kopi 78 in terms of increasing visibility, customer loyalty, and contributing to sales growth. By integrating the right communication strategy and utilizing the features available on Instagram, Omah Kopi 78 has succeeded in creating a closer relationship with its audience and maintaining its existence in a competitive market.

Keywords: *marketing communication strategy, social media, Instagram, Omah Kopi 78, coffee shop, digital marketing.*