

ABSTRAK

Nazarudin 240711120175. Judul penelitian ini adalah: strategi komunikasi pemasaran cafe santiana club melalui media sosial instagram

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya pembisnis kuliner yang memanfaatkan media sosial *instagram* untuk memajang dan memasarkan produknya sebagai strategi pemasaran yang efektif. Tujuan dari penelitian ini untuk menjelaskan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Cafe Santiana Club melalui media sosial instagram dalam proses *share, optimize, manage dan engage*. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teori strategi komunikasi pemasaran Regina Luttrell yang didalamnya terdapat empat aspek yaitu proses *share*, menyusun *optimize, manage dan engage*. Pendekatan yang digunakan yaitu Deskripsi Kualitatif. Teknik pengumpulan data, studi Pustaka, studi lapangan, observasi dan wawancara yang disimpulkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses *share* dari cafe Santiana club berhasil mempersuasi, mengajak *followers* dan calon pengunjung untuk datang ke cafe santiana club dengan memposting foto, video dan merepost foto pengunjung. Dalam proses *optimize* di temukan adanya kelebihan serta kekurangan instagram sehingga membuat cafe santiana club harus bisa mengoptimalkan konten dengan memberikan konten yang relevan dengan target pasar cafe santiana club dan membuat event yang menarik seperti *give away* untuk menarik antusias followers. Proses *manage* cafe santiana club memikirkan tujuan jangka panjang dan jangka pendek untuk meningkatkan jumlah *followers* dengan cara memahami dan menganalisis data dari *instagram* untuk melihat kapan *followers* aktif secara *online* serta mengevaluasi *feedback* langsung dari *followers* mengenai pengalaman mereka berkunjung di cafe santiana club. Proses *engage* yang dilakukan cafe santiana club mendatangkan orang berpengaruh seperti influencer lokal dan musisi untuk membantu strategi pemasaran produk dan menarik minat pengunjung, cafe santiana club juga sering merepost foto dari pengunjung untuk meningkatkan keterlibatan *followers* di akun *instagram @santianclub*.

Kata Kunci : *Instagram, Strategi Komunikasi Pemasaran, The circular model of some*

ABSTRACT

Nazaruddin Azhar 24071120175. The title of this research is: marketing communication strategy of Cafe Santiana Club through Instagram social media.

This research is motivated by the increasing number of culinary entrepreneurs utilizing the Instagram social media platform to showcase and market their products as an effective marketing strategy. The aim of this study is to explain the marketing communication strategy employed by Cafe Santiana Club through Instagram in the processes of sharing, optimizing, managing, and engaging.

The research method used is qualitative, employing Regina Luttrell's marketing communication strategy theory which encompasses four aspects: share, optimize, manage, and engage. The approach used is qualitative description. Data collection techniques include literature review, field study, observation, and interviews which were summarized.

The results of the study indicate that in the sharing process, Cafe Santiana Club successfully persuades and invites followers and potential visitors to come to the cafe by posting photos, videos, and reposting visitor photos. In the optimizing process, strengths and weaknesses of Instagram are identified, prompting Cafe Santiana Club to optimize content by providing relevant content to their target market and creating attractive events such as giveaways to stimulate follower enthusiasm. In the managing process, Cafe Santiana Club considers both short-term and long-term goals to increase follower count by understanding and analyzing Instagram data to determine when followers are active online and evaluating direct feedback from followers about their visiting experiences at the cafe. Finally, in the engaging process, Cafe Santiana Club collaborates with local influencers and musicians to aid in product marketing strategy and attract visitor interest. Moreover, the cafe frequently reposts visitor photos to enhance follower engagement on their Instagram account @santianaclub.

Keywords: *Instagram, Marketing Communication Strategy, The circular model of some*