

**ABSTRAK**

Nama / NIM : Rahma Kurnia / 2018-0501-076  
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Broker  
Dalam Menarik Minat Pelanggan Melalui Media  
Sosial Instagram  
Jumlah Halaman : 85 Halaman

Strategi komunikasi pemasaran merupakan salah satu langkah dalam menjalankan suatu usaha agar mencapai target pemasaran yang diinginkan. Penelitian ini akan berkaitan dengan strategi komunikasi pemasaran Coffee Broker, dimana Coffee Broker merupakan salah satu coffee shop yang berlokasi Galaxy, Kota Bekasi dengan konsep yang berbeda. Penelitian ini dilakukan pada ruang lingkup Coffee Broker dengan meneliti strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Coffee Broker dalam menarik minat pelanggan, dimana strategi tersebut dilakukan melalui media sosial Instagram. Penelitian ini akan mengambil data menggunakan Teknik wawancara terhadap beberapa narasumber yang berperan dalam strategi komunikasi pemasaran Coffee Broker, yaitu Manajer Coffee Broker, Admin Media Sosial Coffee Broker, serta pelanggan Coffee Broker itu sendiri untuk dapat melihat hasil dari strategi komunikasi pemasaran tersebut. Wawancara tersebut ditujukan untuk mendapatkan gambaran mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Coffee Broker melalui media Instagram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Coffee Broker melalui Instagram sudah tepat dilakukan di era modern ini, strategi komunikasi pemasaran tersebut dilakukan berdasarkan tahap-tahap teori AISAS dalam pelaksanaannya. Hal tersebut sesuai dengan pelanggan sekarang dimana cenderung membutuhkan informasi yang cepat dan mudah didapat, salah satunya adalah dengan menggunakan media sosial Instagram. Alasan Coffee Broker memilih menggunakan media Instagram diantaranya adalah dapat menunjang informasi yang update dan menarik, dimana melalui Instagram Coffee Broker bisa menyematkan konten yang beragam dan menarik perhatian pelanggan sesuai kebutuhan masyarakat di era modern saat ini. Pada pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Coffee Broker tentu tidak berjalan lancar sepenuhnya, dimana terdapat berbagai hambatan yang timbul pada strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan melalui media Instagram.

**ABSTRACT**

*Name / NIM : Rahma Kurnia / 2018-0501-076*

*Title : Coffee Broker Marketing Communication Strategy  
In Attracting Customer Interest Through  
Instagram Social Media*

*Number of Pages : 85 Pages*

*Marketing communication strategy is one step in running a business in order to achieve the desired marketing target. This research will be related to the marketing communication strategy of Coffee Broker, where Coffee Broker is a coffee shop located in Galaxy, Bekasi City with a different concept. This research was conducted on the scope of Coffee Broker by examining the marketing communication strategy that was carried out by Coffee Broker in attracting customer interest, where the strategy was carried out through Instagram social media. This study will collect data using interview techniques to several sources who play a role in the Coffee Broker marketing communication strategy, namely the Coffee Broker Manager, Coffee Broker Social Media Admin, and Coffee Broker customers themselves to be able to see the results of the marketing communication strategy. The interview was intended to get an overview of the marketing communication strategy carried out by Coffee Brokers through Instagram media. The results of this study indicate that the marketing communication strategy carried out by Coffee Broker through Instagram is appropriate in this modern era, the marketing communication strategy is carried out based on the stages of AISAS theory in its implementation. This is in accordance with current customers who tend to need information that is fast and easy to obtain, one of which is by using social media Instagram. The reason Coffee Broker chooses to use Instagram media, among others, is that it can support updated and interesting information, where through Instagram Coffee Broker can embed diverse content and attract the attention of customers according to the needs of society in today's modern era. In its implementation, the marketing communication strategy carried out by Coffee Broker certainly did not run completely smoothly, where there were various obstacles that arise in the marketing communication strategy carried out through Instagram media.*

**Keywords :** *Coffee Broker, marketing communication strategy, Instagram*