

## ABSTRAK

Ketatnya persaingan *coffee shop* di Indonesia khususnya di Bekasi, membuat kafe Tanaya Coffee ikut memikirkan strategi komunikasi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan *brand awareness*, yaitu salah satunya dengan memanfaatkan *platform* Instagram. Kafe Tanaya Coffee melakukan periklanan melalui Instagram dengan memaksimalkan konten-konten yang disajikan dan juga penggunaan *caption* yang menarik. Selain itu juga, kafe Tanaya Coffee juga memanfaatkan *public relation* nya melalui *event-event* yang diadakan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran kafe Tanaya Coffee untuk meningkatkan brand awareness di Instagram. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus sebagai pendekatan deskriptif strategi komunikasi pemasaran kafe Tanaya Coffee dalam membangun brand awareness, dengan data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian ini adalah owner, marketing creative dan pelanggan. Penelitian ini menggunakan beberapa bauran komunikasi pemasaran yang diantaranya adalah Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Personal dan Pemasaran Langsung serta Word of Mouth sebagai penunjang komunikasi pemasaran kafe Tanaya Coffee. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya pengunjung kafe Tanaya Coffee yang semakin hari semakin bertambah.

Kata kunci: strategi komunikasi pemasaran, Instagram, Tanaya Coffee, *brand awareness*, periklanan, *public relations*