

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji strategi komunikasi pemasaran Coffeeciuss dalam mempromosikan produknya melalui akun Instagram @Coffeeciuss. Studi ini berfokus pada analisis penggunaan konten visual merek, penggunaan tagar, dan keterlibatan pelanggan di platform. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Coffeeciuss menggunakan kombinasi gambar dan video yang menarik secara visual untuk memamerkan produknya. Mereka ini juga memanfaatkan tagar populer dan berinteraksi dengan pelanggannya melalui komentar dan pesan langsung. Studi menyimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran Coffeeciuss di Instagram efektif dalam mempromosikan produknya dan terlibat dengan pelanggannya. Coffeeciuss menggunakan media sosial Instagram melalui akun @Coffeeciuss untuk melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan fitur-fitur Instagram seperti fitur foto atau video, story Instagram, caption atau caption, hashtag, mention dan geotag. Berupa iklan dengan menggunakan teori AISAS. Hal ini dapat dilihat dari postingan foto atau video yang diunggah di akun @Coffeeciuss bisa mencuri perhatian publik. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan edukasi atau sebagai referensi tambahan bagi peneliti di bidang yang sama yaitu Kajian Ilmu Komunikasi tentang penggunaan media sosial Instagram khususnya bagi mahasiswa komunikasi.

**Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, AISAS, Sosial media, Instagram**

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to examine Coffeecius' marketing communication strategy in promoting its products through the @Coffeecius Instagram account. This study focuses on analyzing brand visual content usage, hashtag usage, and customer engagement on the platform. The results of the study show that Coffeecius uses a combination of visually appealing images and videos to showcase its products. They also take advantage of popular hashtags and interact with their customers through comments and direct messages. The study concluded that Coffeecius' marketing communication strategy on Instagram was effective in promoting its products and engaging with its customers. Coffeecius uses Instagram social media through the @Coffeecius account to carry out promotional activities using Instagram features such as photo or video features, Instagram stories, captions or captions, hashtags, mentions and geotags. In the form of advertising using AISAS theory. This is proven by the fact that posting photos or videos uploaded on the @Coffeecius account can steal public attention.. The results of this study can be used as educational material or as an additional reference for researchers in the same field, namely Communication Science Studies on the use of Instagram social media, especially for communication students.*

**Keywords : Marketing Communication Strategy, AISAS, Social Media, Instagram**