

ABSTRAK

Putri Jennisa El Mora. 15819073.

Strategi Komunikasi Pemasaran Forque Cafe Melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Konsumen

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Media Sosial Instagram

(xi + 84 + Lampiran)

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Forque Cafe melalui media sosial Instagram dalam menarik minat konsumen. Metode penulisan ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu mewawancarai 5 narasumber. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori difusi inovasi dan konsep bauran pemasaran. Pada teori difusi inovasi menjelaskan tentang cara pengenalan dan adaptasi suatu inovasi oleh suatu komunitas dan menjelaskan bagaimana informasi dan ide menyebar melalui kelompok sosial. Dengan pelaksanaan studi gabungan berdasarkan bahan diperoleh melalui buku, jurnal, dan data lapangan kepada pihak terkait. Berdasarkan hasil temuan penelitian dalam penerapan strategi komunikasi pemasaran Forque Cafe melakukan berbagai cara, salah satunya aktif dalam media sosial Instagram hingga memiliki followers 6,1RB dan digunakan sebagai penghubung serta berkembangnya dari penerapan konsep bauran pemasaran 4P yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Dalam pelaksanaannya, Forque Cafe menggunakan komunikasi pemasaran dalam media elektronik, dan juga fokus terhadap promosi yang akan membuat para konsumen untuk datang berkunjung. Dalam melakukan promosi melalui media sosial Instagram, Forque Cafe memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram, seperti aktivitas *Instagram Story*, *Instagram Feeds*, *Instagram Reels*, dan lainnya yang dapat menarik minat konsumen untuk datang berkunjung.

Daftar Pustaka (1984 – 2022)