

## ABSTRAK

**EVI SURYANINGRUM. 12818323**

**Strategi Komunikasi Pemasaran Saturday Coffee Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Melalui Media Sosial Instagram**

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Instagram

(x + 59 + 13L)

Pertumbuhan industri usaha kopi yang terus meningkat mengharuskan pemilik usaha kedai kopi untuk mampu bersaing, salah satunya melalui media sosial Instagram seperti yang dilakukan oleh Saturday Coffee. Penelitian berjenis kualitatif deskriptif ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran Saturday Coffee dalam meningkatkan jumlah konsumen mereka melalui Instagram. Teori yang digunakan ialah *Integrated Marketing Communication* serta melihat pada bauran pemasaran 7P dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian mendapatkan bahwa Saturday Coffee sudah cukup efektif dalam menjalankan strategi komunikasi mereka, yakni dengan memenuhi tiap bauran pemasaran 7P, Saturday Coffee juga telah memanfaatkan fitur-fitur Instagram guna mampu memaksimalkan komunikasi pemasaran mereka. Namun, peneliti juga menyarankan agar Saturday Coffee dapat lebih memanfaatkan media sosial lain seperti TikTok sebagai media komunikasi pemasaran mereka guna mampu menjangkau lebih banyak khalayak. Selain itu, bagi penelitian berikutnya dapat dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif guna mampu mengukur keberhasilan komunikasi pemasaran yang dilakukan secara statistik.

Daftar Pustaka (2018 – 2022)