

ABSTRAK

Egia Eben Ezer

Strategi Komunikasi Pemasaran Coffeeshop Halaman Baru Melalui Sosial Media Instagram Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi Pemasaran, Instagram.

(xii + 56 Halaman + Lampiran).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran Coffeeshop Halaman Baru melalui Instagram dalam meningkatkan minat beli konsumen, dengan menggunakan pendekatan teori *Integrated Marketing Communication* (IMC) yang terdiri dari delapan elemen komunikasi terintegrasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara kepada pemilik usaha, tim marketing, dan pengunjung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Halaman Baru secara aktif menerapkan strategi IMC melalui berbagai konten promosi, seperti diskon, giveaway, dan event kreatif yang meningkatkan engagement, serta pendekatan personal melalui DM dan repost konten pelanggan yang membangun kedekatan emosional. Kesimpulannya, Instagram menjadi media yang efektif dalam mengintegrasikan elemen-elemen IMC untuk membentuk brand awareness, meningkatkan minat beli, dan membangun loyalitas konsumen di tengah persaingan bisnis coffeeshop.

Daftar Pustaka (2013 - 2024).