

## **ABSTRAK**

**DIMAS AGUNG PRASETYO, 10820218**

### **Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram Pada Stink Bean Coffee**

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Instagram, ICM

(iv + 49 + lampiran)

Pemasaran adalah proses menawarkan, mengkomunikasikan suatu produk kepada para konsumen. Komunikasi pemasaran adalah sebuah strategi menyampaikan pesan tertentu kepada pelanggan melalui media sosial. Pesan tersebut bisa disampaikan secara langsung maupun tidak. Seperti halnya yang dilakukan Stink Bean Coffee dalam memasarkan *Coffee shop*-nya. Stink Bean Coffee menggunakan komunikasi pemasaran melalui media sosial yaitu Instagram. Dilaksanakannya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Stink Bean Coffee melalui media sosial Instagram. Peneliti menggunakan landasan teori konsep IMC (Integrated Marketing Communications) dengan cabang ilmu komunikasi massa dan dipilih teori konstruksionisme sosial (*social constructionism theory*) yang dinyatakan oleh Berger & Luckman (1990) sebagai spesifikasi cabang teori yang digunakan dalam penelitian ini. Selanjutnya, penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif yaitu peneliti melakukan observasi serta wawancara yang mendalam kepada objek yang peneliti ingin teliti. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Stink Bean Coffee dengan menggunakan media sosial Instagram dalam memasarkan *Coffee shop* –nya, dapat meningkatkan konsumen.

Daftar Pustaka (1990 – 2023)