

ABSTRAK

Muh. Fajar Ar Ramadhan, Penggunaan *Instagram* Sebagai Media Komunikasi Pemasaran “*Resto & Fishing Dewi Sri*” dalam Mempertahankan Eksistensi,

(Dibimbing oleh Ahmad Syarif dan Arni).

Persaingan usaha kuliner yang semakin kompetitif mendorong perlunya strategi promosi digital yang kreatif dan efektif. *Instagram* dipilih karena memiliki karakteristik visual yang kuat dan interaktif, sehingga mampu menjadi sarana untuk memperkenalkan produk sekaligus membangun kedekatan dengan konsumen. Penelitian ini berfokus pada peran *Instagram* sebagai media komunikasi pemasaran dalam upaya mempertahankan eksistensi *Resto & Fishing Dewi Sri* serta mengetahui faktor pendukung dan penghambat penggunaan *Instagram Resto & Fishing Dewi Sri*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, serta dokumentasi terhadap manajemen, karyawan, dan pengunjung restoran. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa aspek *Share* tercermin dari pembagian konten menu dan suasana restoran, pada aspek *Optimize* terlihat dari penggunaan visual menarik meski belum maksimal pada fitur reels atau iklan. Pada aspek *Manage*, akun *Instagram* masih dikelola secara sederhana oleh staf operasional tanpa tim khusus, sehingga unggahan tidak terjadwal dan frekuensinya rendah. Pada aspek *Engage*, keterlibatan audiens masih terbatas pada repost *story* pelanggan dan caption deskriptif. Faktor pendukung penggunaan *Instagram* meliputi konsep visual restoran yang sangat menarik dan antusiasme pelanggan yang secara sukarela membagikan pengalaman mereka di media sosial (*user-generated content*). Sedangkan faktor penghambatnya adalah kurangnya strategi khusus, keterbatasan sumber daya manusia, serta belum optimalnya pemanfaatan fitur digital. Secara keseluruhan, *Instagram* terbukti menjadi media komunikasi pemasaran yang strategis bagi *Resto & Fishing Dewi Sri*, meskipun masih memerlukan pengelolaan yang lebih profesional agar dapat dimanfaatkan secara optimal. Penelitian ini menegaskan pentingnya penerapan strategi pengelolaan media sosial agar mampu mempertahankan citra dan bersaing dalam industri kuliner lokal.

Kata Kunci: *Instagram*, Komunikasi Pemasaran, *Resto & Fishing Dewi Sri*, Eksistensi.