ABSTRAK

Arrahmadhani Triannisa M, Strategi Komunikasi Pemasaran Kilas Balik Cafe Melalui Instagram dalam Menarik Pengunjung, di bimbing oleh Wardah, Sos., M.A. dan Kamsar, S.Sos., M.I.Kom.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan Instagram sebagai strategi komunikasi pemasaran pada Kilas Balik Café Pangkep dalam meningkatkan jumlah konsumen. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada kondisi jumlah konsumen yang masih mengalami fluktuasi serta adanya peralihan dari pemasaran konvensional ke digital marketing sejak tahun 2023 melalui media sosial Instagram .Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yang terdiri dari owner, admin Instagram, barista, dan konsumen Kilas Balik Café . Analisis data dilakukan dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram sebagai strategi komunikasi pemasaran telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan brand awareness dan menarik minat konsumen. Kilas Balik Café memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti feed, reels, dan story untuk menyampaikan informasi produk, promosi, serta aktivitas café . Namun, penerapan strategi digital marketing tersebut belum optimal karena masih terdapat beberapa kendala, seperti kurangnya konsistensi dalam pengunggahan konten, belum adanya perencanaan konten yang sistematis, serta lemahnya identitas branding di media sosial .
Berdasarkan analisis menggunakan teori 4C (context, communication, collaboration, connection), diketahui bahwa aspek context dan communication sudah mulai berjalan, namun aspek collaboration dan connection belum dimanfaatkan secara maksimal. Hal ini menyebabkan peningkatan jumlah konsumen masih bersifat fluktuatif dan belum stabil.

Kata Kunci: Digital Marketing, Instagram, Konsumen, Strategi Komunikasi Pemasaran, 4C,