

ABSTRAK

Komunikasi pemasaran merupakan satu langkah yang memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan perusahaan. Dalam dunia digital saat ini, setidaknya kini hampir semua perusahaan atau pelaku bisnis menjadikan internet untuk dapat memasarkan produknya, salah satunya menggunakan sosial media sebagai media komunikasi pemasarannya. Tren penggunaan media sosial ini dijadikan peluang sebagai strategi komunikasi pemasaran oleh KOZI, yaitu salah satu kedai kopi di Bandung yang telah berdiri sejak tahun 2015 dan saat ini telah memiliki empat lokasi berbeda di Bandung. Media sosial yang digunakan sebagai media komunikasi pemasaran KOZI adalah Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi pesan dan strategi media yang dilakukan oleh KOZI melalui Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus deskriptif, data yang diperoleh melalui pengamatan langsung dan wawancara. Hasil penelitian ini menemukan bahwa terdapat beberapa strategi pesan dan strategi media yang dilakukan melalui Instagram @kozi.coffee. Dalam strategi pesan mencakup isi informasi komunikasi dan bentuk kreatif pesan, sedangkan strategi media yang dilakukan mencakup pemilihan media dan target audiens Instagram @kozi.coffee.

Kata Kunci: strategi komunikasi pemasaran, media sosial, dan Instagram