

ABSTRAK

Disituasi wabah COVID-19 hingga sekarang, rentan banyaknya orang mudah untuk terserang penyakit, sehingga membuat kepedulian terhadap kesehatan meningkat. Hal tersebut menciptakan gaya hidup baru yang dapat disebut sebagai *healthy lifestyle*. Kini, varian dari makanan diet kian meningkat, salah satunya berupa *healthy snack* dengan kandungan seperti *multi grains, high fiber, low calories*, dan sejenisnya. Melihat fenomena diatas, peluang bisnis tentang hidup sehat juga turut meningkat. Berbagai brand yang berfokus pada kesehatan berusaha untuk berinovasi dalam memasarkan produknya menggunakan sosial media dengan strategi pemasaran yang menarik perhatian masyarakat. mengetahui strategi komunikasi oleh *ppuff! healthy snack* dalam membangun *brand engagement* melalui media sosial Instagram. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif dengan pendekatan interpretatif. Hasil penelitian penelitian ini adalah produk “*ppuff!*” *healthy snack* telah memanfaatkan Instagram menjadi salah satu media pemasaran yang digunakan, hal ini mendukung tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui strategi komunikasi oleh “*ppuff!*” *healthy snack* dalam membangun brand engagement melalui media sosial Instagram.. Hal ini didukung berdasarkan data yang didapatkan oleh peneliti dengan menggunakan metode wawancara secara mandalam dengan para narasumber sehingga detail dalam mendapatkan jawaban penelitian. Konten yang disajikan akun Instagram “*ppuff!*” disimpulkan bahwa sangat memerlukan strategi komunikasi yang efektif untuk membangun *brand engagement*. Informan ahli memberikan banyak saran untuk membangun *brand engagement* melalui akun sosial Instagram “*ppuff!*” *healthy snack*.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Media Sosial, Instagram.