

ABSTRAK

Perkembangan dunia F&B di Indonesia saat ini tengah melesat tinggi, walaupun di tengah tengah pandemi covid-19. Maka dari itu mengharuskan mereka untuk terus merancang strategi komunikasi pemasaran yang signifikan untuk membidik targetnya agar dapat terlaksananya komunikasi pemasaran yang efektif. Media sosial saat ini perkembanganya cukup pesat, banyak pelaku usaha F&B yang memilih Media Sosial dalam melakukan promosi. Locomotive Resto & Cafe menjadi salah satu dari sekian banyak pelaku usaha yang memilih media sosial khususnya Instagram dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasarannya, karena pengguna dari Instagram merupakan target pasar dari Locomotive Resto & Cafe. Instagram dipilih karena banyak fitur yang dapat digunakan untuk melakukan promosi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang efektif dengan menggunakan teori dari Machfoedz (2010,p.28). Meetode penelitian kualitatif dengan pendekatan deksriptif dan menggunakan paradigma interpretative. Data penelitian di peroleh dari dua infrorman kunci dan satu informan ahli, observasi dan dokumnetasi. Berdasarkan hasil penelitian, locomotive Resto & Cafe telah memanfaatkan media sosial instgram dengan efektif dalam penerapan strategi pesan dan media terutama dalam menyampaikan bentuk informasi promosi yang sangat menarik untuk ditawarkan.

Kata Kunci :Stratgei Komunikasi Pemasaran. Media sosial, Instgaram