

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh 1994 *Coffee and Creative Space* melalui pemanfaatan media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1994 *Coffee and Creative Space* telah berhasil memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana untuk mempromosikan produk dan layanan mereka, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan membangun citra merek yang positif. Strategi yang dilakukan meliputi penggunaan konten visual yang menarik, penggunaan hashtag yang relevan, dan interaksi yang aktif dengan pengguna Instagram. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi 1994 *Coffee and Creative Space* untuk terus meningkatkan kualitas konten dan interaksi dengan pengguna Instagram guna mempertahankan keberhasilan strategi pemasaran mereka.

Kata Kunci : Strategi komunikasi pemasaran, Media sosial Instagram, Pemanfaatan media sosial, *Branding*