

ABSTRAK

The Sage, merupakan salah satu restoran dan kafe yang berlokasi di area Bandung, The Sage memiliki ciri khas Bali, dari desain interior/eksterior, menu makanan, hingga minumannya. The Sage telah menggunakan potensi konten *influencer* untuk meningkatkan penjualan melalui media sosial Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konten *influencer* di Instagram dapat meningkatkan perhatian, menciptakan minat, menumbuhkan keinginan, serta terjadi tindakan nyata di The Sage. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dan menggunakan paradigma interpretatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi untuk menjawab tujuan penelitian. Hasil penelitian strategi yang dilakukan oleh The Sage menunjukkan bahwa penggunaan *influencer* di media sosial Instagram telah berhasil meningkatkan perhatian, menciptakan minat, menumbuhkan keinginan dan mendorong tindakan nyata audiens.

Kata kunci : AIDA, *influencer*, pemasaran, strategi