

ABSTRAK

Fenomena yang terjadi yaitu sedang maraknya Coffee shop di Kota Bandung maka dari itu persaingan coffee shop sangatlah ketat. Penelitian ini berjudul “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Afecto Coffee Bandung Melalui Media Sosial Instagram @afecto.coffee”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan Afecto Coffee dalam memasarkan produknya melalui media sosial Instagram. Instagram adalah platform atau situs web yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dengan sesama pengguna, membagikan postingan dan terlibat dalam aktivitas sosial secara online, dengan berbagai elemen seperti Post, Story, Caption, Feed, like, comment, share berupa foto maupun video. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, menggunakan metode pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi serta dokumentasi. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori Strategi Komunikasi Pemasaran menurut Machfoedz, yaitu dengan menggali informasi terkait strategi pesan dan strategi media yang digunakan Afecto Coffee Bandung. Pada penelitian ini, peneliti mengetahui bahwa strategi komunikasi pemasaran Afecto Coffee di Instagram tidak hanya efektif dalam menjangkau audiens tetapi juga adaptif terhadap dinamika media sosial. Informan pada penelitian ini terdiri dari satu informan kunci, dua informan ahli, dan satu informan pendukung, observasi, dan dokumentasi. Atas dasar hasil penelitian, maka Afecto Coffee telah memanfaatkan media sosial instagram dengan efektif dalam menjangkau audiens tetapi juga adaptif terhadap dinamika media sosial, yang penting untuk keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis di masa depan.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi Pemasaran, Kedai Kopi, Media sosial, Instagram, Afecto Coffee.*