

ABSTRAK

Kajian dalam penelitian ini menganalisis strategi komunikasi pemasaran *coffe shop* Zona Nyaman dalam meningkatkan brand image melalui Instagram dengan menggunakan teorin *Model AISAS* dimana sebuah proses konsumen memperhatikan produk, layanan atau iklan dan menimbulkan ketertarikan sehingga muncul keinginan untuk mengumpulkan informasi mengenai produk tersebut. Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan brand image coffee shop zona nyaman melalui Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan menganalisis bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Zona Nyaman dalam membangun *brand image*-nya. Data utama dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara secara langsung dengan penanggung jawab dan pengelola serta pengunjung coffe shop Zona Nyaman dengan menggunakan teknik reduksi, penyajian data serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian strategi pemasaran yang diterapkan pada media sosial Instagram *coffe shop* Zona Nyaman sangat efektif dalam meningkatkan brand image mereka. Upaya yang dilakukan salah satunya ialah dengan menciptakan tempat *estetika* dan *instagramable*.

Kata kunci: Komunikasi pemasaran, Instagram, *Brand Image*

ABSTRACT

This study analyzes the marketing communication strategy of Zona Nyaman coffee shop in improving its brand image through Instagram using the AISAS model theory, whereby consumers notice a product, service, or advertisement and become interested, leading to a desire to gather information about the product. The purpose of this study is to determine the marketing communication strategy in improving the brand image of Zona Nyaman coffee shop through Instagram. The research method used was qualitative, analyzing how Zona Nyaman's marketing communication strategies were used to build its brand image. The main data in this study were observations and direct interviews with the person in charge, managers, and visitors to the Zona Nyaman coffee shop, using reduction, data presentation, and conclusion drawing techniques. The results of research on the marketing strategy applied to the Instagram social media account of the Zona Nyaman coffee shop show that it is very effective in improving their brand image. One of the efforts made is to create an aesthetic and Instagramable place.

Keywords: *Marketing communication, Instagram, Brand Image*