

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Kafe Jameuen Kupie melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis penelitian didasarkan pada model komunikasi pemasaran AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kafe Jameuen Kupie menerapkan strategi komunikasi pemasaran berbasis AISAS secara efektif. Pada tahap attention, kafe menarik perhatian audiens melalui konten visual yang konsisten dan menarik. Tahap interest dibangun melalui unggahan suasana kafe, menu, serta pengalaman konsumen. Selanjutnya, konsumen melakukan pencarian informasi (search) melalui fitur Instagram seperti highlight, kolom komentar, dan direct message. Tahap action ditunjukkan melalui keputusan konsumen untuk mengunjungi kafe, sedangkan tahap share terlihat dari aktivitas konsumen yang membagikan pengalaman mereka melalui unggahan dan story Instagram.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa tahap action dan share memiliki peran yang paling dominan dalam meningkatkan konsumen. Strategi komunikasi pemasaran yang terencana, konsisten, dan adaptif terhadap tren digital terbukti mampu meningkatkan visibilitas dan daya tarik Kafe Jameuen Kupie.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Instagram, AISAS, Konsumen, *Jameuen Kupie*