

## ABSTRAK

Instagram Ruang Sarjana mencakup berbagai produk, lokasi strategis dekat Universitas Malikussaleh, harga terjangkau, dan kemudahan transaksi. Popularitasnya di kalangan mahasiswa didukung oleh pemasaran digital aktif di Instagram dengan konten visual menarik. Penelitian ini dilakukan pada akun Instagram @ruangsarjana sebagai objek penelitian, menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian berfokus pada strategi komunikasi pemasaran digital dalam penyewaan produk outlet. Informan melibatkan owner @ruangsarjana dan mahasiswa Universitas Malikussaleh. Media sosial Instagram memiliki peran penting dalam meningkatkan penyewaan produk outlet @ruangsarjana. Banyak pelanggan mengetahui produk dari postingan Instagram, yang dikelola langsung oleh owner. Berdasarkan data Insight, jangkauan akun meningkat sebesar 74%, menunjukkan dampak positif. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran digital akun Instagram @ruangsarjana efektif meningkatkan penyewaan produk outlet melalui model AISAS. Saran bagi @ruangsarjana adalah terus mengoptimalkan konten visual dan interaksi dengan pelanggan di Instagram untuk mempertahankan citra positif, serta memanfaatkan data Insight lebih lanjut guna meningkatkan jangkauan dan keterlibatan konsumen.

**Kata Kunci: Instagram, Model AISAS, Ruangsarjana**

## **ABSTRACT**

*The Ruang Sarjana instagram includes various products, a strategic location near Malikussaleh University, affordable prices, and ease of transactions. Its popularity among students is supported by active digital marketing on Instagram with attractive visual content. This study was conducted on the Instagram account @ruangsarjana as the object of research, using a descriptive qualitative approach. The study focuses on digital marketing communication strategies in outlet product rentals. Informant involved the owner of @ruangsarjana and students of Malikussaleh University, with two research subjects. Instagram social media has an important role in increasing the rental of @ruangsarjana outlet products. Many customers know the products from Instagram posts, which are managed directly by the owner. Based on Insight data, the account reach increased by 74%, indicating a positive influence. This study shows that the digital marketing communication strategy of the @ruangsarjana Instagram account is effective in increasing outlet product rentals through the AISAS model. Suggestions for @ruangsarjana are to continue optimizing visual content and interactions with customers on Instagram to maintain a positive image, and to utilize Insight data further to increase consumer reach and engagement.*

**Keywords: Instagram, AISAS Model, Ruangsarjana**