

ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran digital menjadi faktor penting dalam membangun citra merek (*brand image*) suatu bisnis, terutama dalam industri *coffee shop* yang semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh *Hoad Space Coffee/Eater, Garden and Skatepark* melalui platform Instagram dalam membangun *brand image*. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Hoad Space Coffee/Eater, Garden and Skatepark* menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif dengan memanfaatkan berbagai fitur Instagram seperti posting *feed*, *story*, *reels*, *IGTV*, serta interaksi aktif dengan pelanggan. Konten yang disajikan mencakup promosi produk, kegiatan-event, serta suasana *coffee shop* yang menarik. Keaktifan dalam menanggapi komentar dan pesan dari pengikut juga berkontribusi dalam meningkatkan *engagement* serta membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan *brand awareness* dan *brand image*, yang tercermin dari pertumbuhan jumlah pengikut di media sosial serta meningkatnya kunjungan pelanggan ke *coffee shop*. Dengan pendekatan komunikasi pemasaran digital yang konsisten dan kreatif, *Hoad Space Coffee/Eater, Garden and Skatepark* berhasil membangun identitas merek yang kuat di kalangan konsumennya. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengusaha *coffee shop* serta pelaku bisnis lainnya untuk memahami pentingnya strategi komunikasi pemasaran digital dalam membangun *brand image* yang positif. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi efektivitas strategi pemasaran digital melalui platform media sosial lainnya serta mengukur dampaknya terhadap loyalitas pelanggan secara lebih mendalam.

Kata Kunci: Strategi komunikasi pemasaran digital, media sosial, Instagram, *brand image*, *coffee shop*.

ABSTRACT

Digital marketing communication strategy plays a crucial role in building a strong brand image, especially in the increasingly competitive coffee shop industry. This study aims to analyze the Digital marketing communication strategies implemented by Hoad Space Coffee/Eater, Garden and Skatepark through Instagram in shaping its brand image. This research employs a qualitative descriptive approach, utilizing data collection techniques such as interviews, observations, and documentation. The findings indicate that Hoad Space Coffee/Eater, Garden and Skatepark effectively utilizes various Instagram features, including feed posts, stories, reels, IGTV, and active engagement with customers. The content strategy includes product promotions, event highlights, and showcasing the coffee shop ambiance, which successfully attracts customer interest. Additionally, the brand actively responds to comments and direct messages, enhancing customer engagement and fostering stronger relationships with its audience. Furthermore, the study reveals that the implemented marketing strategies have had a positive impact on brand awareness and brand image, as reflected in the increasing number of Instagram followers and the growing customer visits to the coffee shop. Through a consistent and creative Digital marketing communication approach, Hoad Space Coffee/Eater, Garden and Skatepark has successfully established a strong brand identity among its target market. This research provides valuable insights for coffee shop entrepreneurs and business practitioners in understanding the importance of Digital marketing communication strategies in building a positive brand image. Future studies are encouraged to explore the effectiveness of Digital marketing strategies on other social media platforms and assess their impact on customer loyalty in greater depth.

Keywords: Digital marketing communication strategy, social media, Instagram, brand image, coffee shop.