

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana *Lucrum Place and Coffee* membangun kesadaran merek, meningkatkan engagement, dan mendorong penjualan melalui konten visual dan interaksi di Instagram. Studi ini juga membahas elemen-elemen komunikasi pemasaran yang diterapkan, seperti segmentasi, penargetan, dan *positioning*, serta bagaimana konsep unik dan kegiatan yang menarik, seperti acara *live music*, *e-sports*, dan manual brew, berkontribusi dalam menarik pelanggan. Metode penelitian yang digunakan meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen. Selain itu, strategi konten yang menarik dan interaktif terbukti meningkatkan visibilitas dan daya tarik *Lucrum Place and Coffee* di kalangan pengguna Instagram. Penelitian ini memberikan wawasan bagi bisnis kedai kopi lainnya mengenai pentingnya strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial untuk membangun merek dan mencapai keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Media Sosial Instagram, Pemanfaatan Media Sosial.