

Imamah (140531100022). Foodgram as a Marketing Communication Strategy at D'Captain Cafe and Resto. Guidance of Dessy Trisilowaty,S.Sos.,M.Si.

ABSTRACT

The current technological developments not only provide changes to the pattern of community communication, but also provide changes to marketing communications. Today many business people use Instagram as a promotional medium, as well as D'Captain Cafe and Resto that uses Instagram as a promotional medium by turning ordinary cafe into a foodgram that contains hitz food menu content in the community. This study uses descriptive skin method research with data collection techniques in the form of interviews, observation, and literature study. The result of this research shows that the use of instagram as foodgram by D'Captain Cafe and Resto as promotional media is aimed at marketing communication strategy called promotion mix namely 4P (Product, Price, Place, Promotion). The utilization made by D'Captain Cafe and Resto in using Instagram as a media campaign, including as a media marketing and online communication media between sellers and buyers.

Keywords: Instagram, Foodgram, D'Captain Cafe and Resto, Promotion Mix, Marketing Communications.

Imamah (140531100022). Foodgram sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran pada D’Captain Cafe and Resto. Bimbingan dari Dessy Trisilowaty,S.Sos.,M.Si.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini tidak hanya memberikan perubahan terhadap pola komunikasi masyarakat, namun juga memberikan perubahan pada komunikasi pemasaran. Saat ini banyak pelaku bisnis yang menggunakan instagram sebagai media promosi, seperti halnya D’Captain Cafe and Resto yang menggunakan instagram sebagai media promosinya dengan cara mengubah cafe biasa menjadi sebuah foodgram yang berisi konten menu makanan hitz yang ada di masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan instagram sebagai foodgram yang dilakukan oleh D’Captain Cafe and Resto sebagai media promosi lebih ditujukan sebagai strategi komunikasi pemasaran yang disebut sebagai *promotion mix* yakni 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Adapun pemanfaatan yang dilakukan oleh D’Captain Cafe and Resto dalam menggunakan instagram sebagai media promosi, diantaranya yaitu sebagai media pemasaran serta media komunikasi online antara penjual dan pembeli.

Kata Kunci : Instagram, Foodgram, D’Captain Cafe and Resto, Promotion Mix, Komunikasi Pemasaran.