

ABSTRAK

Djoeroe Coffee merupakan *Coffee Shop* di Jatinangor dengan jumlah pengunjung yang mayoritasnya adalah mahasiswa. Salah satu strategi yang mereka lakukan untuk meningkatkan *awareness* atau menginformasikan produknya kepada masyarakat adalah melalui konten sosial media Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Instagram Djoeroe Coffee Jatinangor Dalam Meningkatkan *Awareness*. Penelitian ini menggunakan teori media baru dan konsep The Circular Model of SOME dari Regina Luttrell.. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi serta dokumentasi, Adapun untuk menguji derajat keabsahan data digunakan Teknik triangulasi sumber data. Hasil penelitian berupa adalah dalam proses produksi konten, tim Djoeroe Coffee bekerja sama untuk menciptakan konten yang alami dan humoris, yang telah menjadi ciri khasnya, dalam memfokuskan pada konten yang mendukung peningkatan *awearness* di Instagram dengan kegiatan *Share*, *optimize*, *manage* dan *engage* pada Instagram. Hambatan juga terdapat pada kegiatan tersebut, Hambatan Proses Produksi Content Marketing Pada Instagram Djoeroe Coffee Jatinangor Dalam Meningkatkan *Awareness*. hambatan yang mempengaruhi proses produksi konten pemasaran di Instagram dan berdampak pada tantangan dalam meningkatkan *awearness*. di mana banyak pesaing bersaing keras untuk mendapatkan perhatian pengguna. Untuk mengatasi hal ini, Djoeroe Coffee harus bekerja keras untuk menciptakan konten yang unik dan menonjo.

Kata kunci : *Awareness*, Komunikasi Pemasaran Digital, Instagram Media Baru, Media Sosial

ABSTRACT

Djoeroe Coffee is a Coffee Shop in Jatinangor with the majority of visitors being students. One of the strategies they use to increase awareness or inform the public about their products is through Instagram social media content. This research aims to explain the Digital Marketing Communication Strategy on Instagram Djoeroe Coffee Jatinangor in Increasing Awareness. This research uses new media theory and the concept of The Circular Model of SOME from Regina Luttrell. This research method uses qualitative with a descriptive approach and data collection techniques are carried out by interviews, observation and documentation. To test the degree of validity of the data, data source triangulation techniques are used. The results of the research are that in the content production process, the Djoeroe Coffee team works together to create natural and humorous content, which has become its trademark, in focusing on content that supports increasing wearability on Instagram with Share, optimize, manage and engage activities on Instagram. There are also obstacles to this activity, Barriers to the Content Marketing Production Process on Instagram Djoeroe Coffee Jatinangor in Increasing Awareness. barriers that influence the marketing content production process on Instagram and impact challenges in increasing wearability. where many competitors compete hard for users' attention. To overcome this, Djoeroe Coffee must work hard to create unique and standout content.

Keywords: Awareness, Digital Marketing Communication, New Media, Social Media, Instagram