

## ABSTRAK

Banyak pelaku usaha yang terjun dalam bisnis kafe dan membuat pengelola kafe harus membuat konsep kafe yang berbeda dengan kafe lainnya. Salah satu unsur dalam kafe kekinian yaitu penggunaan media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih besar dan juga *design* kafe instagramable atau kafe yang memiliki design menarik. Melakukan *branding* merupakan salah satu poin penting bagi pelaku bisnis agar produk yang dikelolanya dapat diingat oleh masyarakat atau konsumen dalam jangka waktu. Dalam menjalankan sebuah bisnis hal yang sangat penting harus diperhatikan oleh pemilik bisnis yaitu memahami strategi pemasaran yang digunakan untuk bersaing di dunia bisnis. Inilah yang menjadi fondasi agar bisnis bisa menjadi sukses. Penggunaan media sosial khususnya Instagram menjadi media promosi kafe, fenomena yang sedang banyak dilakukan oleh para pemilik kafe yang kemudian banyak kafe yang menitik beratkan konsep kafe yang *instagramable* atau konsep ruang dan makanan yang menarik untuk di foto dan di posting di Instagram. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan melakukan pengukuran data yang didapatkan dari wawancara dengan pemilik, Tim Digital Marketing kafe RM Bang Rindu beserta 5 pengikut dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa RM Bang Rindu melakukan strategi *branding* melalui media sosial Instagram. RM Bang Rindu merupakan *brand* yang membentuk sendiri *brand* melalui media sosial semenjak awal berdiri, dengan melakukan Strategi Branding melalui media sosial Instagram RM Bang Rindu termasuk dalam kategori *Own-label Brands*.

**Kata Kunci :** Strategi *Branding*, Instagram, Kafe Instagramable

## **ABSTRACT**

*Many businesses are involved in the café business and make the café manager have to create a café concept that is different from other cafes. One of the elements in the contemporary café is the use of social media to reach a larger market and also instagramable café design or café that has an attractive design. Branding is one of the important points for businesses so that the products they manage can be remembered by the public or consumers in a period of time. In running a business, it is very important to be aware of the business owner's understanding of the marketing strategy used to compete in the business world. This is the foundation for a successful business. The use of social media, especially Instagram became a promotional media café, a phenomenon that is being widely done by café owners who then many cafes that emphasize the concept of an instagramable café or the concept of space and food are interesting to be photographed and posted on Instagram. In this study using qualitative research method, by measuring data obtained from interviews with the owner, RM Bang Rindu café Digital Marketing Team along with 5 followers and documentation.*

*The results showed that RM Bang Rindu conducted a branding strategy through Instagram social media. RM Bang Rindu is a brand that forms its own brand through social media since its inception, by conducting Branding Strategy through social media Instagram RM Bang Rindu belongs to the category of Own-label Brands..*

**Keywords :** *Branding Strategy, Instagram, Instagramable Cafe*

