

## ABSTRAK

Pengelolaan media sosial menjadi aspek krusial dalam strategi pemasaran digital, terutama bagi usaha kecil seperti DKonkrit Coffee yang memanfaatkan platform TikTok dan Instagram untuk membangun keterlibatan dengan pelanggan. Namun, tantangan seperti tidak konsistennya konten, kurangnya relevansi, keterbatasan ide kreatif, dan minimnya sumber daya manusia menjadi hambatan utama dalam mempertahankan eksistensi digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan media sosial serta kendala yang dihadapi DKonkrit Coffee dalam mengelola akun TikTok *@dkonkritcoffee* dan Instagram *@dkonkritcafe*. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan paradigma konstruktivis, dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa DKonkrit Coffee menerapkan prinsip 4C (*Context, Communication, Collaboration, dan Connection*) dalam strategi medianya, dengan fokus pada narasi visual, interaksi langsung, kolaborasi kreatif, serta upaya membangun koneksi emosional dengan audiens. Meskipun terdapat peningkatan signifikan dalam metrik keterlibatan, strategi tersebut masih menghadapi tantangan dalam hal konsistensi, inovasi konten, dan koordinasi tim. Temuan ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku usaha F&B lainnya dalam mengembangkan strategi media sosial yang efektif dan berkelanjutan.

**Kata kunci: Media sosial, TikTok, Instagram, Strategi Pemasaran, Dkonkrit Coffee, Komunikasi digital.**

## **ABSTRACT**

*Social media management plays a crucial role in digital marketing strategies, especially for small businesses such as DKonkrit Coffee, which utilizes TikTok and Instagram platforms to build customer engagement. However, challenges such as content inconsistency, lack of relevance, limited creative ideas, and human resource constraints hinder efforts to maintain a strong digital presence. This study aims to analyze the social media management strategies and the obstacles faced by DKonkrit Coffee in managing the TikTok account @dkonkritcoffee and Instagram @dkonkritcafe. A qualitative approach with a constructivist paradigm is used, employing data collection methods such as observation, in-depth interviews, and documentation. The results show that Dkonkrit Coffee implements the 4C principle (Context, Communication, Collaboration, and Connection) in its media strategies, focusing on visual storytelling, direct interaction, creative collaboration, and building emotional connections with the audience. While there has been a significant increase in engagement metrics, the strategy still faces challenges in terms of content consistency, innovation, and team coordination. These findings are expected to serve as a reference for other F&B businesses in developing effective and sustainable social media strategies.*

**Keywords:** *Social Media, TikTok, Instagram, Marketing strategy, Dkonkrit Coffee, Digital Communication.*