

## **ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul **“PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @CUNATCANEUT.ID SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI PEMASARAN (Studi Deskriptif Kualitatif)”**. Penelitian ini memiliki pembahasan mengenai pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh akun instagram @cunatcaneut.id. Cunat Caneut merupakan salah satu usaha kuliner di daerah Cicurug, Kabupaten Sukabumi yang berhasil membangun offline store sendiri berupa café karena melakukan pemasaran di media sosial terkhusus instagram. Penelitian ini bertujuan untuk merincikan bagaimana Cunat Caneut memanfaatkan Instagram untuk kegiatan pemasarannya.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Sosial Media Marketing dengan Model AISAS di mana orang yang sebelumnya tidak tahu menjadi tahu, tahu menjadi tertarik, tertarik menjadi mencari, mencari menjadi membeli, membeli menjadi membagikan. Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif karena untuk menggambarkan situasi yang terjadi dalam suatu penelitian. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari observasi, wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian, Cunat Caneut sudah dengan efektif memanfaatkan instagramnya sebagai sarana komunikasi pemasaran dengan memposting konten-konten, memberikan promo dan paketan makanan sehingga membuat calon pelanggan tertarik dan berkolaborasi dengan beberapa food vlogger untuk memperluas jangkauan audiens.

**Kata Kunci: AISAS Model, Sosial Media Marketing, Instagram, Cunat Caneut**

## **ABSTRACT**

*This research is entitled “**THE USE OF INSTAGRAM @CUNATCANEUT.ID AS A MARKETING COMMUNICATION TOOL (Qualitative Descriptive Study)**”. This research discusses the utilization of Instagram social media as a marketing communication tool carried out by the Instagram account @cunatcaneut.id. Cunat Caneut is one of the culinary businesses in the Cicurug area, Sukabumi Regency, which has successfully built its own offline store in the form of a café because of its marketing activities on social media, especially Instagram. This research aims to describe how Cunat Caneut utilizes Instagram for its marketing activities.*

*The theory used in this research is the Social Media Marketing theory with the AISAS Model, where people who previously did not know become aware, aware become interested, interested become searching, searching become purchasing, and purchasing become sharing. The research used a descriptive qualitative method to describe situation that occur in a study. The data obtained in this research were derived from observation, interviews, and documentation.*

*Based on the result of the research, Cunat Caneut has effectively utilized its Instagram account as a marketing communication tool by posting content, providing promotions and food packages that attract potential customers, and collaborating with several food vlogger to expand audience reach.*

**Keywords:** AISAS Model, Social Media Marketing, Instagram, Cunat caneut

## RINGKESAN

Ieu panalungtikan dijudulan “**PAMANFAATAN MÉDIA SOSIAL INSTAGRAM SALAKU SARANA KOMUNIKASI PASAMARAN (Studi Déskriptif Kualitatif)**”. Ieu panalungtikan miboga pembahasan ngeunaan ngagunakeun média sosial Instagram salaku sarana komunikasi pamasaran anu dilakukeun ku akun Instagram @cunatcaneut.id. Cumat Caneut mangrupikeun salah sahiji usaha kuliner di daerah Cicurug, Kabupaten Sukabumi anu geus junun ngadegkeun toko offline sorangan sapertos café sabab marketing di media sosial, utamina di Instagram. Ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun ngawancik kumaha Cumat Caneut ngagunakeun Instagram pikeun kagiatan marketingna.

Tiori anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta tiori Social Media Marketing kalawan Model AISAS di mana jalma anu teu nyaho jadi nyaho, nyaho jadi kabetot, kabetot jadi néangan, néangan jadi meuli, meuli jadi ngabagikeun. Panalungtikan ieu ngagunakeun métode déskriptif kualitatif pikeun ngadéskripsikeun situasi anu lumangsung dina hiji panalungtikan. Data anu dikumpulkeun dimeunangkeun dina ieu panalungtikan nyaéta tina obsérvasi, wawancara jeung dokumentasi.

Dumasar kana hasil panalungtikan, Cumat Caneut geus éféktif ngamangpaatkeun Instagram minangka sarana komunikasi pamasaran. Ku ngeposkeun video-vidio konten, méré diskon jeung pakétan kadaharan neupi nyieun calon konsumen kabetot sarta ngalakukeun kolaborasi jeung food vlogger supados ngaluaskeun jangkauan audiens.

**Keywords: Model AISAS, Social Media Marketing, Instagram, Cumat Caneut**