

Sebagai jenama pelopor yang berfokus kepada minuman sehat, yakni *smoothie*, Poison Smoothie and Coffee tidak sepopuler jenama cafe lainnya yang berfokus menjual kopi di wilayah Yogyakarta. Oleh karena itu, dilakukan kampanye komunikasi pemasaran menggunakan media sosial Instagram untuk mempromosikan jenama. Dengan mengusung tema “sehat bisa enak”, tujuan kampanye ini adalah meningkatkan *awareness* dan keterlibatan target audiens dengan mendorong mereka untuk mengadopsi gaya hidup sehat dan tetap menikmati minuman kesukaan mereka. Perencanaan kampanye ini menggunakan beberapa tahapan seperti analisis brand *fundamental* dan *positioning*, riset pasar dan tren, serta penyusunan strategi konten, periklanan, dan aktivasi komunitas untuk mendapatkan konten yang relevan dan menarik bagi audiens. Melalui kampanye ini diharapkan dapat menciptakan keterikatan antara jenama dan audiens sehingga mereka merasakan nilai sekaligus mendapatkan keuntungan dari jenama. Keberhasilan kampanye ini diukur menggunakan analitik media sosial.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Kampanye Media sosial, Instagram, Jenama Cafe.

#### Abstract

As a pioneer brand that focuses on healthy drinks, namely smoothies, Poison Smoothie and Coffee is not as popular as other café that focus on selling coffee in the Yogyakarta area. Therefore, a marketing communication campaign was carried out using social media Instagram to promote the brand. In the theme of ‘healthy can be tasty’, the goal of this campaign is to increase awareness and engagement of the target audience by encouraging them to adopt a healthy lifestyle and still enjoy their favorite drinks. This campaign planning uses several stages such as brand fundamental and positioning analysis, market research and trends, as well as content strategy, advertising, and community activation to get relevant and interesting content for the audience. Through this campaign, it is expected to create an attachment between the brand and the audience so that they feel the value and benefit from the brand. The success of these campaigns is measured using social media analytics.

Key words: Marketing Strategy, Social Media Campaign, Instagram, Cafe Brand.