

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN IRO RUMAH KOPI DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS MELALUI INSTAGRAM

Syifa Asyrafiah

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76050&lokasi=lokal>

Abstrak

Teknologi yang berkembang saat ini menghadirkan beberapa industri kreatif di Indonesia diantaranya bisnis kedai kopi dan kafe. Dalam meningkatkan kesadaran merek agar dapat bersaing, dibutuhkan pemanfaatan strategi komunikasi pemasaran diantaranya melalui pemanfaatan tren pemasaran langsung dan digital khususnya penggunaan kanal media sosial. Diantara banyaknya pilihan kanal media sosial, Instagram menjadi pilihan bagi salah satu kedai kopi di kota Tangerang Selatan, Banten yaitu IRO Rumah Kopi untuk melakukan pemanfaatan strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan kesadaran mereknya yang saat ini pada tahap brand recognition.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran IRO Rumah Kopi dalam meningkatkan brand awareness melalui Instagram. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus yang menggunakan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan konsep pemasaran langsung dan digital dalam meningkatkan kesadaran merek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan pemanfaatan strategi komunikasi pemasaran melalui pemanfaatan berbagai fitur dalam Instagram, dapat membuat konten ditonton oleh belasan ribu orang, peningkatan jumlah jangkauan, dan juga pengikut Instagramnya untuk mencapai tingkatan kesadaran merek selanjutnya yaitu brand recall.