

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

## : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Awareness Di Instagram @Sedjuk.bakmidankopi

Evi Apriliani

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77703&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Strategi untuk membangun kesadaran merek melalui media sosial Instagram sedang populer di kalangan pengusaha Indonesia. Instagram menyediakan fitur-fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengelola akun mereka dengan mudah sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Sedjuk Bakmi & Kopi, melihat peluang besar dalam menggunakan Instagram sebagai alat komunikasi pemasaran dalam membangun brand awareness di antara konsumen.

Penelitian ini menggunakan paradigma Konstruktivisme. Dengan menggunakan teori Komunikasi Pemasaran dan Brand Awareness. Peneliti menggunakan teori tersebut untuk menjelaskan bagaimana komunikasi dalam memasarkan produk Sedjuk Bakmi & Kopi membangun brand awareness di Instagram @sedjuk.bakmidankopi. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan menggunakan metode studi kasus, Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi non-partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa Sedjuk Bakmi & Kopi menggunakan Instagram sebagai bentuk strategi komunikasi pemasaran dalam membangun brand awareness. Dengan adanya akun Instagram @sedjuk.bakmidankopi dapat dikenal dengan mudah di masyarakat sebagai restaurant bakmi yang memiliki keunggulan di menunya yang menggunakan ayam oven dan juga menjadi restaurant bakmi yang dekat dengan musik dan juga sport karena mengundang beberapa guest star saat pembukaan cabang baru, Sedjuk Bakmi & Kopi juga menggunakan brand ambassador. Strategi tersebut dilakukan dengan cara-cara yang telah dijelaskan.