

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Komunikasi

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Wiant Nur Shabrina (20150530245)

Strategi Promosi Melalui Instagram Oleh Imokey Dalam Membangun Brand Image

Tahun 2019

Tahun Skripsi: 2020 + 100 Halaman

Daftar Kepustakaan: 23 Buku + 10 Jurnal + 7 Sumber Online

Dengan adanya media sosial pola berkomunikasi di masyarakat secara tidak langsung ikut berubah. Peran dari media sosial dirasa memiliki peran yang penting bagi suatu perusahaan atau *brand* untuk memasarkan produknya. Penelitian ini berfokus pada kegunaan dari *Instagram* sebagai alat untuk promosi yang digunakan dalam pemasaran *online* saat ini, khususnya untuk membangun citra merek dari sebuah *brand*. Imokey adalah salah satu contoh *brand* lokal di Yogyakarta yang menggunakan *Instagram* sebagai alat pemasaran untuk produk-produknya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh Imokey di *Instagram* untuk membangun *brand image*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang strategi promosi, promosi online, *Instagram*, *brand image*.

Dalam menggunakan *Instagram* sebagai media promosi dalam membangun *brand image*, Imokey telah menggunakan beberapa tahapan seperti membangun *brand image* melalui visual, seperti foto dan video yang diunggah di *Instagram* Imokey dan menggunakan fitur-fitur yang telah disediakan oleh *Instagram* seperti *Insta story*, *feed*, *caption*, dan *comment*. *Instagram* terbukti dapat menjadi media dalam melakukan promosi untuk membangun citra merek dari suatu *brand* yang cukup efektif.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Instagram, Brand Image.

ABSTRACT

University of Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Department of Communication

In the concentration of Advertising

Wiant Nur Shabrina (20150530245)

**Promotion Strategy Through Instagram By Imokey in Building Brand Image
Year 2019**

Thesis: 2020 + 100 Pages

List of libraries: 23 books + 10 journals + 7 online resources

With the social media the pattern of communicating in the community indirectly changed. The role of social media is felt to have an important role for a company or brand to market its products. This research focuses on the usability of Instagram as a tool for promotion used in today's online marketing, in particular to build brand image of a brand. Imokey is one example of a local brand in Yogyakarta that uses Instagram as a marketing tool for its products.

This research uses qualitative descriptive research methods and aims to determine the promotion strategy done by Imokey on Instagram to build brand image. The theory used in this research is the theory of promotion strategy, online promotion, Instagram, brand image.

In using Instagram as a promotional media in building brand images, Imokey has used several stages such as building a brand image through visual, such as photos and videos uploaded on Instagram Imokey and using features that has been provided by Instagram such as Insta story, feed, caption, and comment. Instagram proved to be a media in conducting promotions to build a brand image of a fairly effective brand.

Keywords: promotion strategy, Instagram, brand image.