ABSTRAK

Amanda Putri Pebiana: Strategi Hijab Fabeeya dalam Membangun *Brand Image*

Fabeeya, merupakan *brand* hijab lokal Bandung yang menawarkan berbagai produk hijab dengan karakteristik warna netral, serta memanfaatkan media sosial, dan *e-commerce* untuk membangun *brand image.* Keberhasilan Fabeeya mempertahankan citra positif di tengah persaingan *brand* lokal menjadikannya menarik untuk diteliti lebih lanjut untuk mengetahui secara mendalam bagaimana strategi yang dilakukan oleh Fabeeya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh Fabeeya dalam membangun *brand image,* yang dianalisis dengan menggunakan model citra Shirley Harrison yang meliputi *personality* (kepribadian), *reputation* (reputasi), *value* (nilai), dan *corporate identity* (identitas perusahaan).

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan metode derskriptif kualitatif serta teknik pengambilan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan terhadap tiga informan guna mengetahui secara mendalam mengenai proses yang dilakukan Fabeeya dalam membangun *brand image.*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personality* Fabeeya dibangun melalui karakter elegan yang ditampilkan melalui tampilan visual dan penggunaan warna netral, serta kedekatannya dengan generasi muda melalui penggunaan gaya komunikasi yang hangat. *Reputation* Fabeeya dibangun melalui strategi mempertahankan kualitas produk dan pelayanan dalam membangun kepercayaaan, memanfaatkan ulasan dan kritik sebagai bahan evaluasi, serta menjaga konsistensinya dalam berinteraksi dengan konsumen dan aktivitas pemasaran. *Value* yang diterapkan oleh Fabeeya ditunjukkan melalui nilai kejujuran dan tanggung jawab serta membangun budaya komunikasi yang sehat dalam menjalankan aktivitas *brand,* serta nilai kenyamanan yang diterapkan kepada konsumen melalui produk hijab Fabeeya. *Corporate identity* Fabeeya dibangun melalui strategi penggunaan logo, *tagline,* serta warna netral sebagai identitas produk dan visual Fabeeya. Keempat strategi tersebut menunjukkan upaya yang dilakukan oleh Fabeeya dalam membangun dan mempertahankan *brand image.*

Kata kunci: Strategi, *Brand Image,* Citra, Fabeeya

ABSTRACT

Amanda Putri Pebiana: *Fabeeya Hijab's Strategy for Building Brand Image*

Fabeeya is a local hijab brand based in Bandung that offers a range of hijab products characterised by neutral colours, whilst utilising social media and e-commerce to build its brand image. Fabeeya's success in maintaining a positive image amidst competition from other local brands makes it an interesting subject for further research to gain an in-depth understanding of the strategies employed by Fabeeya.

This study aims to examine the strategies employed by Fabeeya in building its brand image, analysed using Shirley Harrison's brand image model, which encompasses personality, reputation, values and corporate identity.

This study employs a constructivist paradigm using a qualitative descriptive method, with data collection techniques comprising observation, in-depth interviews and documentation. In-depth interviews were conducted with three informants to gain a thorough understanding of the processes Fabeeya employs in building its brand image.

Research findings indicate that Fabeeya's personality is shaped by an elegant character conveyed through visual aesthetics and a neutral color palette and a connection with the younger generation fostered by a warm communication style. Fabeeya's reputation is built on strategies that prioritize product and service quality to establish trust, utilize reviews and feedback for evaluation, and maintain consistency in consumer interactions and marketing activities. The values upheld by Fabeeya include honesty, responsibility, and a culture of healthy communication in brand operations, alongside a commitment to consumer comfort embodied in its hijab products. Fabeeya's corporate identity is established through the strategic use of a logo, a tagline, and neutral colors to define its visual and product identity. Collectively, these four strategies demonstrate Fabeeya's efforts to build and sustain its brand image.

Keywords: *Strategy, Brand Image, Image, Fabeeya*