

ABSTRAK

ANALISIS KEGIATAN PROMOSI MELALUI MEDIA INSTAGRAM DAN PENGUNAAN *INFLUENCER* DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PADA BRAND DURCHVOLK

(Studi Penelitian kegiatan promosi Durchvolk di Bandung)

Oleh :

Deni nurensa

NIM.1178020052

Kegiatan promosi melalui media platform Instagram dengan *tools influencer* yang marak digunakan oleh brand berkembang di Indonesia khususnya di kota Bandung pada brand Durchvolk. Kegiatan promosi mempunyai banyak *impact* salah satunya dalam pembangunan *brand awareness*.

Penelitian ini dilakukan untuk membahas secara terperinci mengenai bagaimana pelaksanaan kegiatan promosi melalui media Instagram dengan fokus masalah dalam penelitian ini dibagi peneliti dalam beberapa bauran promosi diantaranya kegiatan *advertising*, *personal selling*, *sales promotion*, *public relations*, *direct marketing* dengan menggunakan *influencer* dalam membangun *brand awareness* pada brand Durchvolk.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan studi deskriptif. Subjek penelitian adalah *Influencer* yang bekerja sama dengan brand Durchvolk dan 10 konsumen dari berbagai latar belakang. Dengan informan kunci yang berjumlah 3 (tiga) orang yang diperoleh melalui teknik *snowball* dan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data melalui referensi buku, penelitian terdahulu, *internet searching*, observasi partisipan, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini kegiatan *advertising* yang dilakukan dengan menggunakan Instagram Ads yang mempunyai pengaruh yang bagus terhadap pembangunan *brand awareness*. Dalam kegiatan *personal selling* peran *influencer* penting dalam membangun *brand awareness*. Dalam *sales promotion* jangka pendek berupa penjualan dan jangka panjang berupa *awareness* pada benak konsumen. Brand Durchvolk tidak menggunakan *public relation* dalam menjalankan kegiatan promosi. Brand Durchvolk mempunyai offline store untuk menjalankan *direct marketing* dalam mencapai kepuasan konsumen dan *brand awareness*.

Simpulan dari penelitian ini adalah kegiatan promosi yang memanfaatkan Instagram dan penggunaan *influencer* sebagai *tools* dengan teori *promotion mix* menjadi cara yang efisien dan *worked* dalam tercapainya *brand awareness* pada brand Durchvolk.

Kata kunci : Promosi, Instagram, *brand awareness*, *Influencer*, deskriptif, kualitatif, *Advertising*