

## ABSTRAK

**ZAMILATUL AZKHIYAH. 10820809.**

### **STRATEGI KOMUNIKASI SOCIAL MEDIA MARKETING PADA AKUN INSTAGRAM @SEDJUK.BAKMIDANKOPI DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS**

Kata Kunci: Akun Instagram, *Brand Awareness*, Sedjuk Bakmi dan Kopi, *Social Media Marketing*, Strategi Komunikasi.

(xii + 107 + lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi social media marketing pada akun instagram @sedjuk.bakmidankopi dalam membangun brand awareness. Penerapan *social media marketing* ini dianalisis menggunakan konsep *social media marketing* yaitu *content creation*, *content sharing*, *connecting*, dan *community building*. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Determinisme Teknologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa strategi *social media marketing* yang diterapkan pada akun Instagram Sedjuk Bakmi dan Kopi berhasil membangun *brand awareness* melalui pembuatan konten (*Content Creation*) yang kreatif dan relevan seperti video *reels* makanan dan minuman terbaru, kolaborasi dengan *influencer*, serta promosi dari beragam jenis konten yang sangat menarik perhatian. Konten yang dibagikan (*Content Sharing*) berdampak positif pada interaksi sosial dan pengalaman konsumsi. Akun Instagram ini juga dinilai sangat aktif dan responsif dalam berinteraksi (*Connecting*) dengan pengikutnya, membangun komunitas penggemar (*Community Building*) melalui kolaborasi dengan artis, promosi melalui *reels* dan *podcast*, serta interaksi aktif melalui *story*, komentar, dan DM. Strategi ini efektif dalam meningkatkan *brand awareness* dengan melibatkan peningkatan *engagement*, pembuatan konten sesuai preferensi, penyesuaian tema konten, dorongan untuk berbagi konten, dan konsistensi dalam menanggapi interaksi pengikut.

Daftar Pustaka (2001 – 2024)