



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication  
Fauz Nabiilah  
44318110032

Strategi Pemasaran “Credible” Jasa Gudang Online Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness Tahun 2019

Jumlah Halaman : xii + 103 Halaman + 24 Lembar Lampiran

Bibliografi : 33 acuan, Tahun 1998 – 2019

### ABSTRAK

*Social media* dengan kekuatan jejaringnya mampu menjadikannya sebagai tempat yang layak untuk berbagi tentang apapun. Dengan segala kemudahan yang ditawarkan di era digitalisasi juga turut membawa perkembangan yang signifikan terhadap proses *brand communication*. Sebuah *brand* akan dengan mudah masuk dan dikenal diantara konsumennya dengan cara beriklan atau memberikan paparan luas melalui *social media*.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori Komunikasi Pemasaran, Pemasaran Digital dan *Brand Awareness*. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan paradigma *post-positivisme*.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi pemasaran Credible melalui media sosial Instagram, terbukti bahwa Instagram sangat berpengaruh dan berhasil dalam meningkatkan *brand awareness* dilihat dari jumlah *followers* yang terus meningkat dan jumlah register yang semakin banyak. Credible menggunakan Instagram dalam komunikasi pemasaran digital untuk meningkatkan *brand awareness* dengan memaksimalkan setiap konten sebagai kunci utama keberhasilan strategi pemasaran dalam media sosial dan mengiklankan setiap konten dan menyesuaikan dengan budgetnya untuk menaikkan *brand awareness*.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Media Sosial, Brand Awareness*.



Mercu Buana University  
Faculty of Communication  
Field of Study Marketing Communication and Advertising  
Fauz Nabiilah  
44318110032

Marketing Strategy of “Credible” E-Fulfillment Service Through Social Media Instagram To Increase Brand Awareness in 2019

Number Of Pages : vii + 103 Pages + 24 Attachment

Bibliography : 33 References, Years 1998 – 2019

### **ABSTRACT**

The power of social media network, able to make it a decent place to share about anything. With all that is offered in the digitization era, also provides significant developments to the brand communication process. The brand would be easily known by consumers through advertisement or deliver the product knowledge through social media.

In this study researchers used the theory of Marketing Communication, Digital Marketing and Brand Awareness. This research is a qualitative descriptive by using the post-positivism paradigm.

The results of research conducted on the marketing strategy of Credible through social media Instagram, it is proven that Instagram is very influential and successful in increasing brand awareness as seen from the increasing number of followers and the number of registers. Credible uses Instagram in digital marketing communications to increase brand awareness by maximizing each content as the main key to the success of marketing strategies in social media, and advertise the content by adjusting budget to increase brand awareness.

*Keyword: Marketing Strategy, Social Media, Brand Awareness.*