



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication
Aisyah Azizah
44318010005

Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi *Coffe Shop* Soja House dalam meningkatkan *Brand Awareness* dan Penjualan di masa Pandemi

Jumlah Halaman : xii + 87 Halaman

Bibliografi : 32 Acuan + Tahun 2006 – 2020

ABSTRAK

Perkembangan usaha *coffee shop* beberapa tahun terakhir sangat meningkat, namun pada saat ini pandemi *COVID-19* membuat para pelaku usaha berlomba-lomba untuk terus bertahan karena tidak banyak *coffee shop* yang menjadi tutup karena dampak dari pandemi. Maka dari itu Soja House melakukan pemasaran dengan cara memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media promosi dan meningkatkan *brand awareness* untuk melakukan penjualan di masa pandemi.

Dalam penelitian ini, peneliti focus pada social media Instagram yang digunakan oleh Soja House dalam melakukan komunikasi pemasaran dimasa pandemic guna untuk meningkatkan *Brand Awareness* dan Penjualan dimasa pandemi. Dengan memanfaatkan tools-tools yang ada di Instagram Soja House berusaha untuk memaksimalkan pemasaran secara media online di masa pandemic Covid-19.

Peneliti menggunakan metode penelitian Studi Kasus dan beberapa teori untuk mendukung dalam penelitian. Landasan teori yang digunakan oleh peneliti adalah teori komunikasi pemasaran, teori *social media marketing*, teori Instagram, teori *brand awareness*. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis, menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan penelitian terdahulu.

Penelitian ini berhasil menyimpulkan pemanfaatan Instagram sebagai media promosi dalam meningkatkan *brand awareness* dan penjualan di masa pandemi dapat membantu keberlangsungan usaha melalui konten dan interaksi pendekatan dengan pengunjung dan followers melalui social media instagram.

Kata kunci : *Komunikasi Pemasaran, Brand Awareness, Social Media Marketing, Instagram.*



*Mercu Buana University
faculty of Communication
Field of Study Advertising and Marketing Communication
Aisyah Azizah
44318010005*

Utilization of Instagram as a Promotional Media for Coffee Shop Soja House in increasing Brand Awareness and Sales during the Pandemic

Number of Pages : xii + 82 Pages

Bibliography : 32 References + Years 2006 - 2020

ABSTRACT

The development of the coffee shop business in recent years has greatly increased, but at this time the COVID-19 pandemic has made business actors compete to survive because not many coffee shops have closed due to the impact of the pandemic. Therefore, Soja House does marketing by utilizing Instagram social media as a promotional medium and increasing brand awareness to make sales during the pandemic.

In this study, researchers focused on social media Instagram used by Soja House in conducting marketing communications during the pandemic in order to increase Brand Awareness and Sales during the pandemic. By utilizing the tools on Instagram, Soja House is trying to maximize online media marketing during the Covid-19 pandemic.

Researchers use case study research methods and several theories to support the research. The theoretical basis used by the researcher is marketing communication theory, social media marketing theory, Instagram theory. The paradigm used in this study is the constructivist paradigm, using qualitative research methods with a qualitative descriptive approach. Data collection techniques in this research consist of primary and secondary data. Data collection was done by interview, observation and previous research.

This study concludes that the use of Instagram as a promotional medium in increasing brand awareness and sales during the pandemic can help business continuity through content and approach interactions with visitors and followers through Instagram social media.

Keywords: Marketing Communication, Brand Awareness, Social Media Marketing, Instagram.