



UNIVERSITAS
MERCU BUANA Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication

Mechelle Angela Moniaga

44315010058

Strategi Promosi Redbox (Manadonese Food) Dalam Meningkatkan Brand Engagement Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus @redbox.inc) Periode 2018-2019

Jumlah Halaman : xiv + 118 halaman + 12 gambar

Bibliografi : 25 Acuan, Tahun 2000 - 2017

ABSTRAK

Redbox Inc menggunakan media sosial instagram untuk melakukan promosi dalam meningkatkan *brand engagement*, strategi yang digunakan yaitu konten dan fitur. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi Restaurant Redbox mengaplikasikan Instagram sebagai media promosi dalam meningkatkan brand engagement untuk mencapai tujuan promosi dengan memanfaatkan fitur – fitur yang ada pada media sosial Instagram (@redbox.inc)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan landasan teori yang mendukung yaitu teori komunikasi, teori STP, teori bauran pemasaran, teori promosi, teori digital marketing, media sosial dan instagram.

Paradigma penelitian ini menggunakan paradigma *post-positivisme*. Pendekatan penelitian kualitatif, sedangkan metode penelitiannya studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam dan observasi juga studi literatur. Adapun teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan strategi promosi yang digunakan Redbox dalam meningkatkan *brand engagement* melalui media sosial Instagram dengan menggunakan konten, untuk memperkenalkan *brand*, menginformasikan produk, memberikan kepercayaan kepada konsumen, serta promosi yang dilakukan terjadinya kenaikan jumlah followers dan minat beli konsumen.

Kata Kunci : *Promosi, Instagram, Engagement*