



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Digital Advertising and Marketing Communication*  
Alfian Putra Gaefi  
44315010039

Strategi Promosi Produk King Koil (PT.DAP) Melalui Sosial Media Instagram  
Dalam Mempertahankan Brand Image (KingKoil\_id) 2018  
Jumlah halaman: 5 Bab 93 hal + lampiran  
Bibliografi: 26 acuan, tahun 2004 - 2014

### **ABSTRAK**

King Koil menggunakan media sosial Instagram untuk mempertahankan Brand Image, strategi yang digunakan yaitu konten dan fitur. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi promosi dan hambatan yang terjadi pada sosial media Instagram oleh King Koil (@kingkoil\_id).

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi pemasaran, teori tujuan komunikasi pemasaran, teori bauran promosi, teori strategi promosi, teori digital marketing, teori brand image.

Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kosturtivisme karena penelitian ini merupakan kejadian yang nyata. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan proses teknik pengumpulan data melalui wawancara dari beberapa narasumber terkait, menggunakan desain studi kasus.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang digunakan untuk mempertahankan brand image dan hambatan yang terjadi dengan menggunakan konten, fitur sebagai alat daya tarik konsumen, dan proses pelaksanaan strategi dengan penentuan target audience, pembuatan editorial plan, dan pembuatan konten dengan pesan informatif yang kreatif. Serta interaksi dua arah dengan konsumen, selalu merespon, menanggapi konsumennya dengan baik dan positif agar terciptanya engagement yang aktif sesuai dengan objektif.

**Kata Kunci:** King Koil, Landasan teori, Kualitatif, Brand image