

ABSTRAK

Nama : Frenky Julpatar
NIM : 44517010036
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Media Sosial Instagram UMKM Banano dalam Membangun *Brand Awareness*.
Pembimbing : Andri Budiwidodo, S.Si., M.IKom

Penelitian ini berjudul Aktivitas Media Sosial Instagram UMKM Banano dalam Membangun Brand Awareness. UMKM Banano merupakan usaha kecil yang produknya menjual olahan pisang. Dalam perjalanan usahanya, Banano pernah melakukan pemasaran secara konvensional, hingga kini Banano sudah memanfaatkan media sosial Instagram sebagai pemasaran digitalnya dengan menciptakannya sebuah merek agar Banano bisa dapat diketahui khalayak dengan melakukan aktivitas di media sosialnya dan hingga dapat memiliki kesadaran merek dari konsumennya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif, paradigma penelitian post-positivis, dengan tipe penelitian deskriptif dan pendekatan secara kualitatif ini bertujuan untuk dapat menjelaskan atau menginterpretasikan mengenai masalah yang sedang diteliti oleh peneliti.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara mendalam dengan key informan yaitu pemilik UMKM Banano (Aan) dan 3 (tiga) informan lainnya yaitu pelanggan Banano yang merupakan follower akun Instagram UMKM Banano @banano.2019.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas media sosial Instagram akun @banano.2019 memiliki dampak positif dalam membangun *brand awareness*, ini terbukti dengan berkembangnya outlet UMKM Banano dari 1 (satu) outlet pada awal tahun 2019 menjadi 4 (empat) outlet pada pertengahan 2023.

Kata Kunci: *Kualitatif, media sosial, instagram, umkm banano, kesadaran merek.*

ABSTRACT

Name : Frenky Julpatar
NIM : 44517010036
Study Program : Communication Science
Title Internship Report : *Aktivitas Media Sosial Instagram UMKM Banano dalam Membangun Brand Awareness (The Activities of social media Instagram of UMKM/MSME Banano in Providing Brand Awareness)*
Counsellor : H. Andri Budiwidodo, S.Si., M.IKom.

This research is entitled Banano MSME Instagram Social Media Activities in Building Brand Awareness. Banano MSMEs are small businesses whose products sell processed bananas. In the course of its business, Banano has done conventional marketing, until now Banano has utilized Instagram social media as its digital marketing by creating a brand so that Banano can be known to the audience by doing activities on its social media and to have brand awareness from its consumers.

The research method used in this research is a qualitative approach with a qualitative descriptive method, a post-positivist research paradigm, with a descriptive research type and this qualitative approach aims to be able to explain or interpret the problems being studied by researchers.

Data collection in this study was carried out by means of in-depth interviews with key informants, namely Banano MSME owners (Aan) and 3 (three) other informants, namely Banano customers who are followers of Banano MSME Instagram accounts @banano.2019

The results showed that the social media activity of the Instagram account @banano.2019 had a positive impact in building brand awareness, this was proven by the development of Banano MSME outlets from 1 (one) outlet in early 2019 to 4 (four) outlets in mid-2023.

Keywords: *Qualitative, social media, instagram, msme banano, brand awareness.*