

ABSTRAK

Nama : R.A Prajna Paramitha Dewi Suryaningrat

NIM : 44319110024

Program Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Keemooon Coffee Kota Bekasi Tahun 2022-2023 (Aktivitas *Branding* Melalui Instagram @keemooon.coffee dalam Meningkatkan *Brand Awareness*)

Pembimbing : Andri Budiwidodo, S.Si., M.I.Kom.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram yang dilakukan oleh Keemooon Coffee Kota Bekasi melalui aktivitas pemberian merek di akun @keemooon.coffee dalam meningkatkan kesadaran merek periode 18 Juni 2022 – 18 Mei 2023. Pemberian merek merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau organisasi untuk memperkuat merek, yang berdampak pada kesadaran merek yakni kepercayaan dan pengetahuan khalayak pada produk atau suatu merek. Adapun metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Keemooon Coffee memanfaatkan fitur Instagram secara organik untuk menjaring konsumen-konsumen baru, melalui aktivitas pemberian merek yang dilakukan dalam meningkatkan kesadaran merek. Berdasarkan hal itu peneliti melihat adanya potensi besar untuk Keemooon Coffee untuk berkembang lebih pesat melalui pemanfaatan Instagram yang lebih konsisten, dan berbaur dengan perkembangan tren yang ada di media sosial melalui publikasi konten-konten Instagram yang menarik dan sesuai tren agar dilihat oleh khalayak maupun pengguna media sosial Instagram lainnya.

Kata Kunci: pemberian merek, kesadaran merek, Keemooon Coffee, Instagram, media sosial

ABSTRACT

Name : R.A Prajna Paramitha Dewi Suryaningrat
NIM : 44319110024
Study Program : Marketing Communication and Advertising
Title : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Keemooon Coffee
Kota Bekasi Tahun 2022-2023 (Aktivitas *Branding*
Melalui Instagram @keemooon.coffee dalam Meningkatkan
Brand Awareness)
Counsellor : Andri Budiwidodo, S.Si., M.I.Kom.

The aim of this research is to determine the use of Instagram as a social media platform carried out by Keemooon Coffee in Bekasi City through branding activities on the @keemooon.coffee account to increase brand awareness for the period June 18, 2022–May 18, 2023. Branding is an activity carried out by a person or organization. to strengthen the brand, which impacts brand awareness, namely the public's trust and knowledge of a product or brand. The method used in this research is descriptive and qualitative. The results of this research show that Keemooon Coffee organically utilizes Instagram features to attract new consumers through branding activities to increase brand awareness. Based on this, researchers see great potential for Keemooon Coffee to develop more rapidly through more consistent use of Instagram and to blend in with developments in social trends. media through the publication of interesting and trend-appropriate Instagram content so that audiences and media users can see it.

Keywords: *branding, brand awareness, Keemooon Coffee, Instagram, social media*