

ABSTRAK

Nama : APRISCALLY SIHOMBING
NIM : 44319110071
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Aplikatif : Perencanaan Strategi Komunikasi Otopods Melalui Instagram Untuk Membangun Brand *Awareness*

Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi komunikasi pemasaran Otopods melalui *platform* Instagram guna meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*). Otopods telah melakukan pemostingan konten pengenalan di Instagram namun belum aktif dalam promosi karena masih fokus pada pengembangan produk dan tim internal. Dengan fokus pada penggunaan tenaga surya sebagai sumber utama tenaga untuk mengoperasikan stasiun pengisian mereka, Otopods memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesadarannya. Perkembangan kendaraan listrik di Indonesia, serta rencana strategis pemerintah untuk memajukan industri kendaraan listrik.

Berdasarkan hal tersebut, penulis merencanakan strategi komunikasi yang terfokus pada edukasi teknis seputar pengisian kendaraan listrik, serta membangun identitas merek Otopods melalui konten yang menarik dan informatif di Instagram secara organik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu Otopods dalam mencapai kesadaran merek yang lebih besar dikalangan masyarakat, khususnya generasi milenial, yang merupakan target audiens utama. Strategi yang direncanakan dapat membawa Otopods dari tahap *un ware* menjadi *brand recognition*

Kata Kunci: perencanaan strategi komunikasi, *brand awareness*, instagram, kendaraan listrik, generasi milenial

ABSTRACT

Nama : APRISCALLY SIHOMBING

NIM : 44319110071

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Aplikatif : *Planning Otopods Communication Strategy Through Instagram to Build Brand Awareness*

This research aims to design a marketing communication strategy for Otopods through the Instagram platform to enhance brand awareness. Otopods has posted introductory content on Instagram but has not been actively promoting it due to a focus on product development and internal team building. With a focus on using solar energy as their primary power source for operating their charging stations, Otopods has significant potential to increase brand awareness.

Given the development of electric vehicles in Indonesia and the government's strategic plans to advance the electric vehicle industry, the author plans a communication strategy focused on technical education about electric vehicle charging and building Otopods' brand identity through engaging and informative organic content on Instagram.

The goal of this research is to assist Otopods in achieving greater brand awareness among the public, especially millennials, who are the primary target audience. It is hoped that the planned strategy will transition Otopods from an unaware stage to brand recognition.

Keywords: communication strategy planning, brand awareness, instagram, electric vehicles, millennial generation