

Instagram as a Platform to raise Community's Brand Awareness: The Analysis of Social Media Marketing Application, Case Study of Garuda not Yet = Instagram sebagai Sarana Peningkat Brand Awareness untuk Komunitas: Analisis Aplikasi Pemasaran Sosial Media, Studi Kasus dari Garuda Not Yet

Minarsha Atina Malik, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20524227&lokasi=lokal>

Abstrak

Kemajuan teknologi telah menjadikan media sosial sebagai sebuah sarana komunikasi yang baru dan mumpuni. Saat ini, perusahaan ataupun organisasi tidak lagi dapat hanya mengandalkan media tradisional untuk menjangkau audiens mereka, tidak terkecuali untuk komunitas. Penting bagi komunitas untuk berhubungan secara aktif dengan audiens mereka melalui media sosial, agar dapat mencapai brand awareness yang diinginkan. Penelitian ini membahas tentang strategi penggunaan penggunaan media sosial, khususnya Instagram sebagai sarana untuk meningkatkan brand awareness Garuda not Yet sebagai komunitas hobi. Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan melalui wawancara daring dengan presiden dan pengelola media sosial komunitas tersebut, juga melalui analisis halaman media sosial dari komunitas tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Garuda not Yet menggunakan Instagram sebagai platform satu-satunya untuk pemasaran media sosial mereka. Klasifikasi konten yang ada dalam Instagram mereka terbagi menjadi enam, yaitu: Konten informatif, konten mendidik, konten dokumentasi, konten pernyataan resmi komunitas, konten tambahan, serta konten live bulanan Instagram mereka. Masing-masing jenis dari konten tersebut memiliki tujuan yang saling melengkapi satu sama lain, dengan sasaran akhir meningkatkan brand awareness dari Garuda not Yet sebagai komunitas.

.....The advances in technology have made social media a new and powerful medium for communications. Nowadays, companies or organizations can no longer rely solely only on traditional media to reach out to their audience, and it is no exception for communities. It is crucial for communities to actively engage with their audience through social media, in order to reach the desired brand awareness. This research studies the strategies for the use of social media, more specifically Instagram as a platform to raise Garuda not Yet's brand awareness as a hobby community. The data collection for this research was done through online interviews with the community's president & social media handler, and through analysis of the community's social media page. The research has found that Garuda not Yet uses Instagram as their only social media marketing platform. Classifications of the daily contents on their Instagram can be divided into six categories, namely: Informative content, educational content, documentation content, community's official statement content, extra contents, and also their monthly Instagram live content. Each type of the contents has their own objectives that complements each other, with the ultimate goal of increasing brand awareness of Garuda not Yet as a community.