

ABSTRAK

Instagram merupakan aplikasi yang sangat populer untuk berbagi foto dan video dan kehadiran telah memberikan dampak besar dalam berbagi aspek salah satunya sebagai media promosi bagi penggunaannya. Adanya *Instagram* dimanfaatkan oleh @kebab_factory.id dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran sebagai media promosi dalam meningkatkan *brand awareness*. Maka dari itu peneliti ingin meneliti tahapan proses pembuatan konten @kebab_factory.id sebagai media promosi dan dampak dari penggunaan *Instagram* sebagai media promosi @kebab_factory.id. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik wawancara dan observasi. Untuk membuktikan keabsahan data digunakan metode triangulasi data dengan membandingkan antara hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa @kebab_factory.id memiliki beberapa strategi diantaranya *Share* (penyampaian informasi yang akurat), *Optimize* (Sudah menjalankan *Optimize* dengan baik. Baik dalam *Listen & Learn* dan *Take Part In Authentic*), *Manage* (Dari aspek ini, *Quick Response*, dan *Real Time Interaction*) selalu memperhatikan semua aspek dengan baik), *Engage* (mengelola media sosial *Instagram* selalu memberikan *feedback* yang baik terhadap *audiens* maupun *followers* serta melakukan kerja sama dengan *Influencer* dengan baik) dan dampak yang diterima oleh @kebab_factory.Id setelah melakukan strategi yang telah dikerjakan terbukti efektif dalam meningkatkan *brand awareness* dan keterlibatan konsumen, dengan adanya fitur *Instagram* seperti *Stories*, *Reels*, dan *Direct Message*. Mengakibatkan Komunikasi dua arah antara @kebab_factory.id dan konsumen terbukti berjalan baik yang berdampak kepada kepercayaan konsumen. Serta dengan adanya kerja keras yang baik Kebab_Factory.Id mendapatkan sebuah *award* dikategori sektor kuliner berkualitas.

Kata Kunci: @kebab_factory.id, Strategi Komunikasi Pemasaran, Media Promosi *Instagram*

ABSTRACT

Instagram is a very popular application for sharing photos and videos and its presence has had a big impact in various aspects, one of which is as a promotional media for its users. The existence of Instagram is utilized by @kebab_factory.id in conducting marketing communication strategies as a promotional medium in increasing brand awareness. Therefore, researchers want to examine the stages of the process of creating @kebab_factory.id content as a promotional media and the impact of using Instagram as a promotional media for @kebab_factory.id. This research uses qualitative research methods with interview and observation techniques. To prove the validity of the data used data triangulation method by comparing the results of interviews, observation, and documentation. The results of this study show that @kebab_factory.id has several strategies including Share (delivery of accurate information), Optimize (Already running Optimize well. Both in Listen & Learn and Take Part In Authentic), Manage (From this aspect, Quick Response, and Real Time Interaction) always pay attention to all aspects well), Engage (managing Instagram social media always gives good feedback to the audience and followers and cooperates with Influencers well) and the impact received by @kebab_factory.Id after doing the strategy that has been done is proven effective in increasing brand awareness and consumer involvement, with Instagram features such as Stories, Reels, and Direct Message. Resulting in two-way communication between @kebab_factory.id and consumers is proven to run well which has an impact on consumer confidence. And with good hard work @kebab_factory.id received an award in the quality culinary sector category.

Keywords: @kebab_factory.id, Marketing Communication Strategy, Instagram Promotion Media