

ABSTRAK

Imokey merupakan *brand* lokal asli Yogyakarta yang bergerak pada bidang *fashion*. Melalui instagram @imokey.id, Imokey memanfaatkan media sosial instagram sebagai salah satu sarana komunikasi dengan konsumennya. Sebagai *brand* lokal, penting bagi Imokey untuk meningkatkan *brand awareness* bagi target pasarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Imokey dalam meningkatkan *brand awareness* melalui instagram @imokey.id. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan studi pustaka. Teori yang digunakan adalah teori perencanaan oleh Charles R. Berger. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tahapan dalam strategi yang digunakan oleh Imokey untuk meningkatkan *brand awareness* melalui instagram @imokey.id. Tahapan tersebut terdiri dari 1) pemilihan konten pilar, 2) penentuan *timeline*, 3) *placement update*, 4) produksi konten, 5) *upload* konten, dan 6) evaluasi. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dengan cara berinteraksi dengan konsumennya. Strategi yang digunakan dinilai belum maksimal karena belum mempengaruhi konsumen hingga pada tingkat konatif yaitu melakukan transaksi, namun masih sebatas tingkat kognitif yang ditandai dengan meningkatnya *insight* dan *followers*.

Kata kunci: Imokey, *brand awareness*, perencanaan

ABSTRACT

Imokey is a local brand originally from Yogyakarta which operates in the fashion sector. Through Instagram @imokey.id, Imokey uses Instagram social media as a means of communication with its consumers. As a local brand, it is important for Imokey to increase brand awareness for its target market. This research aims to determine Imokey's strategy in increasing brand awareness via Instagram @imokey.id. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques in the form of interviews and literature studies. The theory used is planning theory by Charles R. Berger. The research results show that there are stages in the strategy used by Imokey to increase brand awareness via Instagram @imokey.id. These stages consist of 1) selecting pillar content, 2) determining the timeline, 3) placement updates, 4) content production, 5) uploading content, and 6) evaluation. This strategy aims to increase brand awareness by interacting with consumers. The strategy used is considered not optimal because it has not influenced consumers at the conative level, namely carrying out transactions, but is still limited to the cognitive level which is marked by increased insight and followers.

Keywords: Imokey, brand awareness, planning