

ABSTRAK

PT. Pia Juwara Satoe merupakan salah satu produsen Bakpia asal Yogyakarta. Bakpia Juwara Satoe merupakan salah satu produk Bakpia viral dan kekinian yang aktif melakukan *social media marketing* melalui TikTok. Penelitian ini ingin bertujuan untuk mengetahui implementasi *social media marketing* Bakpia @Juwara_satoe melalui konten TikTok dalam membangun *brand image*. Teori yang digunakan adalah ekuasi media dan konsep *new media*, *digital marketing* serta menggunakan konsep 4C *social media* (*context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari segi *Context* telah terbangun *brand image* konsumen yang menyatakan Bakpia Juwara Satoe merupakan suatu *brand* yang informatif, interaktif dan *satisfaying*. Dalam hal *Communication* telah tercipta *brand image* di benak konsumen sebagai suatu merek yang bisa responsif, dalam artian merek dari Bakpia Juwara Satoe mampu menjaga hubungan komunikasi dengan konsumennya. Sementara itu, dari segi *Colloboration* Bakpia Juwara Satoe ini berhasil membangun *brand image* melalui kerjasama yang dilakukan bersama *influencer* dan konten kreator dari TikTok *Affiliate*. Sedangkan dalam hal *connection*, Bakpia Juwara Satoe ini selalu berusaha untuk terhubung secara personal dengan para konsumennya secara keterbukaan. Sehingga secara keseluruhan implementasi *social media marketing* yang dilakukan oleh Bakpia Juwara Satoe dalam membangun *brand image* terhadap mereknya telah mampu menciptakan persepsi positif di benak konsumen.

Kata Kunci: Bakpia Juwara Satoe, TikTok, New Media, Social Media Marketing, Brand Image

ABSTRACT

PT. Pia Juwara Satoe is a Bakpia producer from Yogyakarta. Bakpia Juwara Satoe is one of the viral and contemporary Bakpia products which actively carries out social media marketing via TikTok. This research aims to determine the implementation of Bakpia @Juwara_satoe's social media marketing through TikTok content in building brand image. The theory used is media equation and new media concept, digital marketing concept and also uses the 4C concept of social media (context, communication, collaboration and connection). The research method used is descriptive qualitative and data collection techniques through interviews and literature study. The results of this research show that in terms of Context, a consumer brand image has been established stating that Bakpia Juwara Satoe is an informative, interactive, and satisfying brand. In terms of Communication, a brand image has been created in the minds of consumers as a responsive brand, meaning that the brand of Bakpia Juwara Satoe is able to maintain communication relationships with its consumers. Meanwhile, in terms of Collaboration, Bakpia Juwara Satoe has successfully built a brand image through collaborations with influencers and content creators from TikTok Affiliate. As for connection, Bakpia Juwara Satoe always strives to connect personally with its consumers openly. Thus, overall, the implementation of social media marketing carried out by Bakpia Juwara Satoe in building a brand image for its brand has been able to create a positive perception in the minds of consumers.

Keywords: *Bakpia Juwara Satoe, TikTok, New Media, Social Media Marketing, Brand Imag*