

ABSTRAK

Ayu Mustika Sutisna, NIM. 3402190471. “Peran Sosial Media *Marketing* Instagram dalam Membangun *Brand Awareness* (Suatu Studi Pada Lolita *Food and Drink* Tasikmalaya)”. Dibawah Bimbingan Bapak Mochamad. Aziz Basari, S.Sos.,M.M. (Pembimbing 1) dan Bapak Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Peran Sosial Media *Marketing* Instagram dalam Membangun *Brand Awareness* (Suatu Studi Pada Lolita *Food and Drink* Tasikmalaya). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1). Bagaimana pelaksanaan sosial media *marketing* Instagram pada Lolita *Food and Drink* Tasikmalaya?; 2). Bagaimana *brand awareness* konsumen pada Lolita *Food and Drink* Tasikmalaya?; 3). Bagaimana peran sosial media *marketing* Instagram dalam meningkatkan *brand awareness* konsumen pada Lolita *Food and Drink* Tasikmalaya? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1). Pelaksanaan sosial media *marketing* Instagram pada Lolita *Food and Drink* Tasikmalaya; 2). *Brand awareness* konsumen pada Lolita *Food and Drink* Tasikmalaya; 3). Peran sosial media *marketing* Instagram dalam meningkatkan *brand awareness* konsumen pada Lolita *Food and Drink* Tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Penggunaan sosial media marketing instagram pada Lolita Food and Drink hanya memanfaatkan fitur foto dan video, hal itu dikarenakan kurangnya pemahaman mengenai sosial media marketing instagram dan tidak adanya staf manajer marketing akhirnya jarang *update*. *Brand awareness* konsumen terhadap produk yang dipasarkan masih rendah berada pada level *Unaware of brand* yaitu tidak menyadari merek. konsumen tidak paham sepenuhnya terhadap produk Lolita Food and Drink, tidak bisa menyebutkan ciri-ciri dari Lolita Food and Drink dan memilih alternatif lain dari produk Lolita Food and Drink. Selain itu Pemilik memilih beralih ke facebook dikarenakan pemasarannya berpengaruh dari facebook sedangkan dari instagram tidak ada pengaruh terhadap peningkatan penjualan.

Kata kunci: Sosial Media *Marketing* Instagram dan *Brand Awareness*