

STRATEGI KOMUNIKASI M BLOC MARKET DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE SEBAGAI LOKAL MARKETPLACE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @MBLOCMARKET

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan oleh M Bloc Market dalam membangun citra merek (brand image) sebagai lokal marketplace melalui media sosial Instagram. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengeksplorasi konten, gaya komunikasi, serta interaksi yang diterapkan oleh M Bloc Market untuk menjangkau audiens dan memperkuat identitas merek. Data dikumpulkan melalui observasi aktivitas Instagram M Bloc Market, wawancara mendalam dengan tim pemasaran, dan analisis dokumen pendukung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa M Bloc Market menggunakan strategi komunikasi berbasis konten visual yang kreatif, narasi autentik, dan pesan yang mengedepankan nilai-nilai lokal. Penggunaan fitur Instagram, seperti feed, story, dan reel, dimaksimalkan untuk meningkatkan engagement dengan audiens. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas lokal dan influencer turut berperan dalam membangun citra sebagai marketplace yang mendukung produk-produk lokal. Penelitian ini menegaskan pentingnya konsistensi dalam komunikasi merek di media sosial untuk menciptakan hubungan emosional dengan audiens dan memperkuat brand image.

Kata kunci: Brand image, Instagram, M Bloc Market, Strategi komunikasi.

**M BLOC MARKET COMMUNICATION STRATEGY IN BUILDING A
BRAND IMAGE AS A LOCAL MARKETPLACE THROUGH
@MBLOCMARKET INSTAGRAM SOCIAL MEDIA
*ABSTRACT***

This research aims to analyze the communication strategies used by M Bloc Market in building a brand image as a local marketplace through Instagram social media. With a qualitative approach, this research explores the content, communication style and interactions implemented by M Bloc Market to reach audiences and strengthen brand identity. Data was collected through observation of M Bloc Market's Instagram activities, in-depth interviews with the marketing team, and analysis of supporting documents.

The research results show that M Bloc Market uses a communication strategy based on creative visual content, authentic narratives and messages that prioritize local values. The use of Instagram features, such as feeds, stories and reels, is maximized to increase engagement with the audience. Apart from that, collaboration with local communities and influencers also plays a role in building an image as a marketplace that supports local products. This research confirms the importance of consistency in brand communication on social media to create emotional connections with audiences and strengthen brand image.

Keywords: *Brand image, Instagram, M Bloc Market, Communication strategy*