

Pemanfaatan *Content Marketing* Pada Akun Media Sosial Instagram @Snyhco dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

Khansa Adzra Putri Setianto

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan
Nasional “Veteran” Jakarta

ABSTRAK

Perkembangan bisnis di bidang *fashion* yang semakin pesat mendorong *brand* untuk terus meningkatkan strategi pemasarannya salah satunya memanfaatkan *content marketing* di media sosial. Instagram sebagai salah satu platform media sosial terbesar menjadi pilihan utama bagi *brand* dalam mempromosikan produk dan memperkenalkan identitas. Snyhco merupakan *brand fashion* yang menjual berbagai jenis tas dan memilih fokus membangun *content marketing* di Instagram. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pemanfaatan *content marketing* Snyhco di Instagram dalam upaya meningkatkan *brand awareness*. Peneliti menggunakan teori perencanaan konten pemasaran oleh Kotler. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *content marketing* di Instagram Snyhco telah menerapkan delapan tahapan *content marketing* oleh Kotler. Berdasarkan seluruh tahapan yang telah diterapkan pada tahapan penguatan konten dengan *influencer*, penggunaan format Instagram *Reels*, dan Instagram Ads merupakan strategi yang paling efektif dalam memperluas jangkauan dan mendorong interaksi audiens yang akhirnya dapat meningkatkan *brand awareness* di Instagram. Namun Snyhco masih perlu memaksimalkan fitur Instagram *story* dan memperbaiki waktu dalam mengunggah konten.

Kata kunci: *Brand awareness, Content marketing, Instagram, Media Sosial, Snyhco*

The Utilization of Content Marketing on the Instagram Social Media Account @Snyhco in Increasing Brand Awareness

Khansa Adzra Putri Setianto

*Communication Sciences, Faculty of Social Sciences and Political Sciences, Jakarta
Veterans National Development University*

ABSTRACT

The rapid development of the fashion business encourages brands to continuously improve their marketing strategies, one of which is utilizing content marketing on social media. Instagram, as one of the largest social media platforms, is the primary choice for brands in promoting products and introducing their identity. Snyhco, a fashion brand that sells various types of bags, chose to focus on building content marketing on Instagram. The purpose of this study was to determine Snyhco's use of content marketing on Instagram in an effort to increase brand awareness. The researcher used Kotler's marketing content planning theory. This type of research used a qualitative method with a case study approach. Data collection techniques through interviews, observation, and documentation. The results of this study indicate that content marketing on Snyhco's Instagram has implemented the eight stages of content marketing by Kotler. Based on all the stages that have been implemented in the content amplification stage with influencers, the use of the Instagram Reels format and Instagram Ads is the most effective strategy in expanding reach and encouraging audience interaction, which ultimately can increase brand awareness on Instagram. However, Snyhco still needs to maximize the Instagram story feature and improve the timing of content uploads.

Keywords: Brand awareness, Content marketing, Instagram, Social Media, Snyhco