

Analisis YouTuber Jurnalrisa dalam Membangun Brand Identity terhadap Kafe Jurnalrisa Coffee = Analysis of Youtuber Jurnalrisa in Building a Brand Identity to the Jurnalrisa Coffee Cafe

Triasya Dema Dinanty, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920554035&lokasi=lokal>

Abstrak

Identitas merek merupakan salah satu faktor terpenting yang membentuk persepsi orang terhadap suatu merek. Identitas merek ini dapat menjadi pembeda dari merek lainnya dan identitas merek yang dibangun dengan baik dapat menjadi daya tarik dari merek itu sendiri. Pada makalah ini, penulis akan menganalisis seorang YouTuber Jurnalrisa dalam membangun identitas merek terhadap kafe yang dimilikinya yaitu Jurnalrisa Coffee. Hasil analisis diperoleh melalui analisis konten pada akun Instagram Jurnalrisa Coffee berupa foto berserta komentar untuk melihat keterkaitan antara identitas merek dengan daya tarik merek. Serta ulasan-ulasan mengenai Jurnalrisa Coffee pada laman PergiKuliner.com untuk melihat keterkaitan antara daya tarik merek dengan penyebaran informasi melalui konten yang dibuat oleh konsumen. Ditemukan bahwa penggunaan identitas merek yang baik dan konsisten akan memberikan keuntungan dalam berbisnis, serta menjadi daya tarik merek yang membentuk keterlibatan konsumen dalam penyebaran konten berupa informasi mengenai merek tersebut melalui internet.

.....Brand identity is one of the most important factors that shape people's perceptions of a brand. This brand identity can be a differentiator from other brands and a well-constructed brand identity can be the main attraction of the brand itself. In this paper, the author will analyse a YouTuber Jurnalrisa in building a brand identity for their café, Jurnalrisa Coffee. The result of the analysis were obtained through content analysis on the Jurnalrisa Coffee Instagram account in the form of photos along with comments to see the relationship between brand identity and brand attractiveness. As well as reviews about Jurnalrisa Coffee on page of PergiKuliner.com to see the relationship between brand attractiveness and information dissemination through content create by consumers. It was found that the use of a good and consistent brand identity will provide benefits in business, as well as become a brand attraction that forms consumers involvement in the dissemination of content in the form of information about the brand through the internet.