

Analisis strategi social media marketing dalam membangun brand image (studi kasus pada akun instagram @thesoundsproject)

Dani Miftahul Akhyar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920568075&lokasi=lokal>

Abstrak

Musik telah melahirkan sebuah tren akibat perubahan gaya hidup di era digital saat ini. Munculnya berbagai festival musik di Indonesia dengan menampilkan berbagai genre membuat masyarakat dapat memilih festival sesuai dengan preferensi musiknya. Pembahasan kali ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial Instagram dalam membangun brand image The Sounds Project, yang baru beradaptasi menjadi festival musik berskala nasional. Pembahasan ini menggunakan konsep tahapan Social Media Marketing menurut Tuten & Solomon (2018) dan 3 pilar Brand Image yang dipaparkan Kotler & Keller (2016). Hasil pembahasan menunjukkan bahwa social media marketing pada platform Instagram memiliki peranan penting dalam strategi komunikasi pemasaran dalam membangun brand image yang positif bagi The Sounds Project. Selain itu, ditunjukkan juga bahwa The Sounds Project telah mengimplementasikan tahapan Social Media Marketing menurut Tuten & Solomon (2018) dan terbukti efektif dalam membangun brand image yang positif berdasarkan 3 pilar yang dipaparkan Kotler & Keller.