

ABSTRAK

Branding yang dilakukan Calceamenta Karawang dalam usaha membangun imagenya ialah melalui Instagram. Penggunaan media sosial Instagram dipilih karena fungsi dasar dari Instagram yaitu berbagi foto yang telah dilakukan sejak tahun 2013. Melalui foto dengan kualitas utama dari produk dan juga pemilihan model yang menarik adalah menjadi strategi utama yang menjadi daya tarik dalam membangun brand image Calceamenta Karawang. Tetapi media sosial yang dikelola oleh Calceamenta Karawang kurang maksimal, sehingga Calceamenta Karawang perlu melakukan branding serta pengenalan brand image yang efektif agar image Calceamenta kembali meningkat. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dengan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara. Wawancara dilakukan dengan satu orang pegawai Calceamenta Karawang yang memiliki peran penting dalam mengelola media sosial Instagram Calceamenta Karawang, satu orang customer tetap Calceamenta Karawang serta satu informan ahli yang mendukung informasi dari para informan kunci dan pendukung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram menjadi sarana untuk meningkatkan strategi branding dalam membangun brand image , oleh karena itu peneliti ingin membantu Calceamenta Karawang untuk mengetahui apakah media tersebut sudah membantu dalam membangun brand image Calceamenta Karawang kepada para target marketnya.

Kata Kunci : *Brand Image, Strategi Branding, Media Sosial*