

ABSTRAK

Pesatnya teknologi saat ini menguntungkan banyak sektor, tidak terkecuali dalam segi bisnis baik itu bisnis kecil maupun besar. Saat ini banyak aplikasi yang mampu membantu khalayak mempermudah urusan bisnisnya. Salah satunya adalah logee.id yang dapat menghubungkan distributor dengan konsumen langsung, baik itu secara BtoB atau BtoC. Salah satu teknologi yang dapat membantu bisnis lainnya adalah media sosial sebagai media pengenalan produk terhadap customer. Media yang saat ini masih digunakan oleh semua kalangan adalah media sosial instagram. Selain perlu merancang strategi bisnis nyata, perusahaan juga saat ini perlu melakukan strategi digital. Melalui instagram, logee.id mampu memperkenalkan kepada khalayak mengenai perusahaannya. Penelitian ini dibuat untuk mengetahui apa strategi logee.id dalam meningkatkan brand awareness melalui media sosial instagram. Penelitian dirangkum dan disusun menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori strategi komunikasi pemasaran (Mahfoedz,2010). Metode pengumpulan data penelitian menggunakan teori Miles and Huberman. Hasil menunjukkan bahwa saat ini Logee.id menggunakan strategi pesan dan strategi media untuk meningkatkan brand awareness. Instagram sebagai medianya cukup efektif untuk meningkatkan brand awareness, tetapi logee.id belum memanfaatkannya dengan maksimal.

Kata Kunci: Brand awareness, Instagram, Strategi Komunikasi