

ABSTRAK

Industri kuliner di Kota Bandung mengalami pertumbuhan pesat, dengan makanan pedas menjadi favorit masyarakat lokal. Salah satu pelaku usaha kuliner yang berinovasi dalam bidang ini adalah Raja Cabai Garam. Untuk mempromosikan produk mereka, Raja Cabai Garam memanfaatkan Instagram sebagai platform utama, yang memungkinkan mereka untuk menjangkau konsumen lebih luas dan membangun citra merek yang kuat dalam era digital ini. Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana strategi promosi melalui Instagram dapat meningkatkan penjualan produk Raja Cabai Garam.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi yang diterapkan oleh Raja Cabai Garam di Instagram, serta untuk mengevaluasi dampaknya terhadap pengenalan merek, recall merek, dan keputusan pembelian konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung pada akun Instagram Raja Cabai Garam, serta dokumentasi konten promosi yang dipublikasikan. Data yang diperoleh dianalisis secara tematik dengan mengacu pada elemen-elemen brand awareness.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa identitas visual yang kuat, terutama penggunaan warna merah dan kuning, serta desain yang konsisten dan modern, berperan penting dalam meningkatkan pengakuan merek dan recall merek yang tinggi. Promosi yang dilakukan di Instagram berhasil membangun hubungan yang lebih personal dengan audiens, yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori pemasaran digital, khususnya penerapan Marketing 4.0 di industri kuliner lokal. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi pelaku usaha kuliner lainnya dalam merancang strategi promosi berbasis media sosial yang efektif. Penelitian lanjutan disarankan untuk mengeksplorasi platform media sosial lainnya atau menggunakan metode kuantitatif untuk memperoleh data yang lebih komprehensif.

Kata Kunci: Pemasaran digital, Media social, Brand awareness, Marketing 4.0, Instagram