

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang sangat pesat membawa kita ke ranah yang lebih jauh dan lebih maju. Media sosial merupakan salah satu dari manifestasi perkembangan teknologi yang dapat dijadikan sebagai alat komunikasi pemasaran dalam membangun *brand awareness* dan pengimplementasian *digital marketing*. Penelitian ini merupakan implementasi strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram, yang berfokus pada salah satu subjek rumah makan di Bandung, yakni rumah makan Bebek Bakar A'Yayo. Adapun yang melatarbelakangi penulis tertarik untuk membuat perancangan karya ini ialah penulis ingin mengetahui apakah pengelolaan media sosial, khususnya Instagram dapat mempengaruhi minat konsumen terhadap sebuah rumah makan dengan meningkatkan kualitas visualisasi dalam bentuk foto maupun video. Di mana, penulis menemukan bahwasannya salah satu akun rumah makan yang sudah berdiri sejak tahun 2005, tidak terlalu memperhatikan pemasaran melalui media sosial. Yaitu, rumah makan Bebek Bakar A'Yayo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian *mixed method*, dengan teknik pengumpulan data melalui angket, wawancara, dan juga observasi. Serta penjelasan mengenai apa yang dipersiapkan oleh penulis dalam upaya untuk meningkatkan kualitas visualisasi dan menarik audiens, dengan menggunakan format variative seperti foto, video, *graphic design*, dan juga *motion graphic*, terhadap akun Instagram @bebekayayo, yang berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Chaffey (2016) mengenai *digital marketing*. Hasil penelitian yang penulis lakukan menunjukkan adanya keberhasilan penulis selama menjalankan pengelolaan akun Instagram @bebekayayo dalam kurun waktu 2 bulan, yaitu bulan Oktober sampai dengan bulan Desember 2023, dengan hasil yang didapatkan berupa peningkatan jumlah *account reached* sebanyak 5,579 akun atau +602%. Selain itu, terdapat peningkatan penjualan terhadap rumah makan Bebek Bakar A'Yayo setelah melakukan perancangan karya ini. Maka dari itu, pengelolaan media sosial, terutama Instagram bagi pelaku bisnis harus diperhatikan, karena media sosial Instagram dapat dijadikan sebuah pilihan sebagai media promosi bagi sebuah bisnis, khususnya rumah makan.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, *Digital Marketing*, Media Sosial, Instagram, *Brand Awareness*.