ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi Dalam Membangun *Brand Image* melalui Media Sosial Instagram dengan studi deskriptif strategi komunikasi pemasaran merk *fashion Gutenin*c dalam membangun brand image melalui media sosial *Instagram*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran *Guteninc* dalam membangun brand image melalui media sosial Instagram dengan akun @*guteninc*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara *online* dan *offline* serta menggunakan studi literatur. Pembahasan melalui hasil wawancara dengan jumlah informan penelitian sejumlah 3 (tiga) orang yang merupakan pihak dari Guteninc, yaitu CEO *(Chief Executive Officer),* CBO *(Chief Branding Officer),* dan SCM *(Social Media Manager)*. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa strategi komunikasi Guteninc dalam membangun brand image melalui media sosial Instagram dengan menggunakan model perencanaan AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) dianggap dapat merubah pengetahuan (*Knowledge*), sikap (*Attitude*), dan perilaku (*Behaviour*) khalayak terhadap merk dan produk *Guteninc* yang akan meningkatkan citra merk *Guteninc*.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Pemasaran, Citra Merk, Media Sosial, Merk, Instagram, Studi Deskriptif Kualitatif