

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “*Strategi promosi Brand Lokal General Culture Melalui Instagram (Studi Deskriptif Brand Image General Culture Melalui Akun @generalculture)*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana informan memaknai Strategi Pemasaran dari brand General Culture. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang terlibat dalam menyajikan bagaimana strategi promosi dari General Culture dalam membangun brand image nya. Untuk pengumpulan data, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan informan – informan yang berperan penting dan memahami strategi promosi General Culture dalam membangun brand image melalui Instagram. Sedangkan metode penelitian yang dipilih adalah metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian dan analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan sudah mampu membangun brand image General Culture. Dan dalam membangun brand image terdapat terdapat 3 komponen yaitu keunikan brand, kekuatan brand, dan keunggulan brand. Dan 3 komponen tersebut dipakai oleh General Culture dalam membangun brand image melalui kekuatan dengan membagikan informasi yang baik dan jelas dan fasilitas store yang nyaman, pelayanan yang ramah dan melalui kekuatan Brand dengan mempromosikan produk-produknya serta memberikan informasi yang jelas tentang produknya dan memahami persaingan dengan kompetitor dan keunikan dengan tema yang konsisten, memakai endorsement baik itu atlit luar negri dan luar negri dan juga mempunyai souncloud. Kesimpulan dari penelitian ini, strategi pemasaran General Culture dalam membangun brand image melalui 3 komponen tersebut sudah tepat.

**Kata kunci:** Strategi Promosi, Media sosial Instagram, Brand Image, General Culture.