

ABSTRAK

Warteg Hipster merupakan satu-satunya warteg kekinian dengan konsep ala kafe atau restoran di Bandung. Warteg Hipster dalam melakukan pemasaran menggunakan media sosial sebagai salah satu alat pemasaran. Salah satu media sosial yang digunakan dalam pemasaran Warteg Hipster yaitu instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konten *digital marketing* melalui instagram Warteg Hipster sebagai upaya membangun *brand awareness* Warteg Hipster. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan konstruktivis dimana realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dimana kebenaran suatu realitas sosial bersifat *relative*. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara mendalam kepada pemilik dan konsumen Warteg Hipster.

Hasil dari penelitian ini konten *digital marketing* melalui instagram Warteg Hipster sebagai upaya membangun *brand awareness* Warteg Hipster sudah cukup berhasil. Dalam hal ini Warteg Hipster tidak hanya membangun *brand awareness* pada konten media sosial instagram, tetapi juga mendorong masyarakat untuk melakukan pembelian. Konten *digital marketing* instagram Warteg Hipster membuat konsumen sadar akan Warteg Hipster, kemudian tertarik untuk mencoba dan akhirnya melakukan pembelian. Media sosial sangat berperan dalam membangun *brand awareness* Warteg Hipster. Hal ini menunjukkan bahwa *branding* yang dilakukan oleh Warteg Hipster cukup berhasil membujuk konsumen yang dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang terus bertambah setiap hari.

Kata Kunci : Media Sosial, Instagram, Brand Awareness