

Abstrak

Warteg Hipster merupakan warteg pertama di Bandung dengan konsep restoran, warteg hipster ini menggunakan media sosial sebagai salah satu alat pemasarannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konten digital marketing Warteg Hipster pada media sosial facebook sebagai upaya dalam membangun brand awareness. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam kepada Warteg Hipster dan konsumen sebagai informan pendukung. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa konten digital marketing media sosial pada facebook Warteg Hipster sama seperti media sosial lainnya, yaitu menyajikan foto, dan fitur-fitur lainnya. Dan juga Konten digital marketing warteg Hipster pada media sosial facebook sebagai upaya membangun brand awareness belum berhasil dalam membangun brand awareness masyarakat mengenai produk Warteg Hipster.

Kata kunci: Media sosial, Facebook, *Brand awareness*.