

ABSTRAK

Perkembangan komunitas saat ini semakin maju karena semakin banyak anak muda yang memiliki ketertarikan pada suatu hal yang sama dengan yang lainnya sehingga mereka mulai mendirikan sebuah komunitas. Suara Disko merupakan komunitas yang memiliki tujuan untuk mempopulerkan kembali musik-musik tahun 80an. Perkembangan media sosial membuat Suara Disko memiliki Instagram sebagai media untuk memperkenalkan komunitasnya secara *online*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran komunitas online ‘Suara Disko’ dalam membangun Brand Awareness musik tahun 80an melalui Instagram. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan indikator terdiri dari empat tingkatan dari Brand Awareness oleh Durianto yaitu, Brand Unaware, Brand Recognition, Brand Recall, dan Top Of Mind. Hasil penelitian menyebutkan bahwa peran dari komunitas Suara Disko dalam membangun Brand Awareness adalah dengan cara membangun identitas, memberikan edukasi, mengadakan interaksi dengan para *followers*, dan menjadi nama yang pertama kali diingat oleh *followers* apabila mengingat yang mempopulerkan kembali musik-musik tahun 80an. Untuk mencapai tujuan dari Suara Disko yaitu mempopulerkan kembali musik tahun 80an, Suara Disko menggunakan Instagram untuk menyampaikan aktifitas dalam bentuk visual dan pesan.

Kata Kunci: Brand Awareness, Komunitas, Instagram, Peran, Suara Disko