

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi branding yang dilakukan oleh Bank Mandiri melalui aplikasi mobile banking Livin' by Mandiri dengan memanfaatkan media sosial Instagram. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini menggali bagaimana tim Public Relations Bank Mandiri menjalankan strategi branding melalui elemen brand positioning, brand identity, dan brand communication. Data diperoleh melalui wawancara terstruktur dengan pihak internal Bank Mandiri, observasi terhadap aktivitas akun Instagram @bankmandiri, serta dokumentasi pendukung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi branding Livin' by Mandiri dilakukan melalui berbagai langkah inovatif, seperti optimalisasi fitur Instagram untuk promosi, penggunaan visual menarik, serta komunikasi interaktif dengan pengguna. Pendekatan ini tidak hanya berhasil meningkatkan brand awareness, tetapi juga membantu memperkuat citra Bank Mandiri sebagai penyedia layanan perbankan digital yang modern dan inovatif.

Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi branding melalui media sosial, khususnya di industri perbankan, serta memberikan rekomendasi untuk pengelolaan media sosial yang lebih efektif dalam menciptakan citra yang diinginkan perusahaan.