

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**BRANDING SESEPAKULTUR MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN REMAJA KOTA BANDUNG**”. *Brand* sesepakultur merupakan *brand* atau *clothing* yang melatar belakang kan sepakbola jaman dahulu dengan bertemakan “*Traditional Football*”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara remaja di Kota Bandung mengetahui adanya merek dari *brand* sesepakultur, mengetahui cara remaja di Kota Bandung bisa mengenal merek dari *brand* sesepakultur, mengetahui cara remaja di Kota Bandung agar mengingat lagi merek dari *brand* sesepakultur, dan mengetahui cara remaja di Kota Bandung menjadikan merek dari *brand* sesepakultur sebagai produk pakaian pilihan utama.

Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan teori *Brand awareness*, dengan menggunakan metode kualitatif, peneliti dapat memperoleh data dengan menggunakan tehnik mereduksi data, *men-display* data, mengambil kesimpulan dan verifikasi, menganalisis data, membuat lembar rangkuman dan menggunakan matriks dalam analisis.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini ialah cara yang telah dilakukan sesepakultur agar remaja dikota Bandung mengetahui adanya *brand* sesepakultur dengan melakukan kolaborasi sesama *brand* yang bertema kan sepakbola (Simamaung, MyPride, Bobotoh Dines), memberikan diskon pada saat harbonas (hari libur nasional), serta mengikuti *event* pameran baju. Salah satu cara *brand* sesepakultur melakukan pengenalan produknya dengan cara membuat akun instagram untuk mempermudah calon konsumen mengetahui *brand* sesepakultur serta membantu konsumen untuk memutuskan pembelian produk (memilih *brand* sebelum membeli produk langsung ke toko *offline* konsumen bisa membuka akun sesepakultur terlebih dahulu). Upaya *brand* sesepakultur agar konsumen melakukan *brand recall* terhadap brand nya ialah dengan cara *me-repost* katalog secara berkala untuk membantu konsumen melakukan *brand recall* (pengingatan kembali) terhadap sesepakultur, Cara *brand* sesepakultur agar menjadi *top of mind* dengan memiliki keunikan tersendiri contohnya semua produk sesepakultur bertemakan sepakbola. Lalu pada instagram, sesepakultur menggunakan teknik edit foto yang berbeda untuk di upload di instagram, caption foto yang menarik, dan *hashtag* foto yang unik.

Kata Kunci : *Branding, Teori komunikasi pemasaran, Teori Brand awareness, Unware brand, Brand recognition, Brand recall, Top Of Mind, Brand (merek), Media sosial, instagram.*

ABSTRACT

*This research is entitled “**BRANDING SESEPAKULTUR MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI KALANGAN REMAJA KOTA BANDUNG**”. A business brand is a brand or clothing that is based on ancient football with the theme "Traditional Football".*

This study aims to find out how teenagers in Bandung are aware of the brand from a business brand, know how teenagers in the city of Bandung can recognize brands from business brands, find out how teenagers in Bandung remember brands from business brands, and know how teenagers in the city Bandung makes the brand of the brand a culture as the first choice clothing product.

The method used by the researcher in this research is by using qualitative research methods, with the theory of Brand awareness, using qualitative methods, researchers can obtain data by using techniques to reduce data, display data, draw conclusions and verify, analyze data, make summary sheets and use matrices in an analysis.

The results obtained from this study are ways that have been done by culture so that adolescents in the city of Bandung know the existence of a business brand by collaborating with other brands with the theme of football (Simamaung, MyPride, Bobotoh Dines), giving discounts on the harbonas (national holidays), and attend the clothing exhibition event. One of the ways that a brand engages in the introduction of its products is by creating an Instagram account to make it easier for prospective customers to know the brand as a culture and to help consumers decide on product purchases (choosing a brand directly to an offline store. Consumers can open an account in advance). The brand's effort to encourage consumers to brand. The brand is by reposting the catalog periodically to help consumers make brand recall to business, the way the brand is to become a top of mind by having its own uniqueness, for example, all themed culture products soccer. Then on Instagram, we use different photo editing techniques to upload on Instagram, interesting photo captions, and unique photo hashtags.

Keywords: Branding, marketing communication theory, brand awareness theory, brand software, brand recognition, brand recall, top of mind, brand, social media, Instagram.

RINGKESAN

Ulikan ieu dijudulan "**BRANDING SESEPAKULTUR NGALIWAT MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DIANTARA RUMAJA KOTA BANDUNG**". Sesepakultur Brand mangrupikeun mérek atawa pakean anu jadi katuhu tukangeun jaman baheula bal jeung tema "Tradisional Football".

Ulikan ieu boga tujuan pikeun nangtukeun sabaraha rumaja di Bandung sadar sagala merek sesepakultur brand, nyaho kumaha rumaja di Bandung bisa dibere nyaho nu merek sesepakultur brand, nyaho kumaha rumaja di Kota Bandung guna ngelingan nu merek sesepakultur brand, sarta nyaho cara rumaja di Kota Bandung ngajadikeun merek pakean brand sesepakultur produk salaku pilihan utama.

Métode nu make peneliti dina ieu panalungtikan ngagunakeun métode panalungtikan kualitatif, téori kasadaran brand, ngagunakeun métode kualitatif, peneliti bisa ménta data kalayan ngagunakeun téhnik pikeun ngurangan data, pikeun nembongkeun data, tarik conclusions na verifying, analisa data, nyieun kasimpulan lambar tur nganggo matrix dina analisis.

Hasil dicandak ti ulikan ieu jalan anu geus dipigawé sesepakultur pikeun teens di dayeuh Bandung sadar wae sesepakultur brand ku kolaborasi diantara merek anu tema bal ka katuhu (Simamaung, MyPride, Bobotoh dines), mere diskon lamun harbonas (libur nasional), sarta paméran turutan jas. Salah sahiji cara pikeun ngalakukeun hiji bubuka sesepakultur produk brand ku nyieun akun Instagram pikeun mempermudah prospektif konsumén nyaho sesepakultur brand ogé nulungan pamakéna mésér produk memutuskan (milih merek saméméh purchasing produk langsung ka konsumen offline toko bisa muka akun sesepakultur kahiji). Usaha brand sesepakultur yén pamakéna do brand ngelingan sahiji merk nyaeta kalayan cara repost katalog nu périodik pikeun mantuan pamakéna nyieun brand ngelingan (ngelingan) ngalawan sesepakultur, Cara brand sesepakultur janten luhureun pikiran kalawan boga conto, sesepakultur make teknik na rohangan ngédit poto béda bisa diunggah dina Instagram, poto caption metot sarta unik poto hashtag.

Kata Konci: branding, pamasaran tiori komunikasi, téori kasadaran brand, brand Unware, pangakuan brand, brand ngelingan, Top Of Mind, Brand (brand), média sosial, Instagram