

ABSTRAK

Tahmid, Strategi *Branding* The Alees Dalam Di Media Sosial Instagram, di bimbing oleh Arni, S.kom., M.I.Kom dan Ilham Riyadi, S.Pd., M.I.Kom

Branding adalah elemen kunci dalam pemasaran yang mencakup identitas *visual*, nilai-nilai merek, dan pengalaman konsumen. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu peneliti mengobservasi, mewawancarai, dan mendokumentasikan langsung pemilik The Alees. Hasil dari penelitian ini berupa rekaman, wawancara, foto, bukti transaksi, dokumen pribadi serta informasi lainnya yang bisa digunakan untuk melakukan penyusunan, sumber data yang digunakan adalah data primer dan skunder dengan jumlah informan 4 orang.

The Alees memanfaatkan Instagram untuk promosi dan interaksi dengan pelanggan. Konten yang tersebar mencakup informasi produk, testimoni pelanggan, serta kampanye interaktif yang melibatkan pengguna dalam pembuatan konten. Selain sebagai media promosi, Instagram juga berperan sebagai sarana komunikasi langsung dengan pelanggan. Melalui platform ini, The Alees menerima pertanyaan, tanggapan, dan masukan yang berharga untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka. Dengan pendekatan ini, mereka tidak hanya membangun kesadaran merek tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan, memastikan bahwa produk dan layanan yang ditawarkan tetap relevan dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Strategi pemasaran digital ini membantu The Alees dalam memperluas jangkauan bisnis dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Strategi *Brading*