

# KONTEN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PADA AKUN INSTAGRAM @WAISUSHI

Nama mahasiswa : Muhammad Wildan Hakim

NIM : 1011510129

Pembimbing : Alfina, S.M., M.M.

## ABSTRAK

Wai Sushi merupakan bisnis kuliner khas Jepang yaitu sushi, berada di Kota Lamongan dan melakukan promosi melalui media sosial instagram dengan akun @waisushi. Namun masyarakat kota lamongan kurang sadar akan wai sushi. Hal ini dibuktikan dengan jumlah *followers* yang hanya mencapai 300 *followers* dan penduduk Kota Lamongan yang mencapai 1.3juta jiwa. Ini dikarenakan konten yang ada pada akun instagram @waisushi tidaklah mendidik, tidak menghibur, tidak membujuk, tidak mengisahkan sebuah cerita, tidak layak untuk dibagikan. Kemudian peneliti membuat *prototype* konten akun instagram wai sushi. Konten tersebut sudah mendidik, menghibur, membujuk, mengisahkan sebuah cerita dan layak untuk dibagikan. Pernyataan tersebut merupakan pendapat dari tiga informan yaitu manajer restoran, dan dua konsumen loyal wai sushi. Dapat disimpulkan bahwa *prototype* konten instagram wai sushi dapat berupaya membangun *brand awareness*.

**Kata Kunci :** *Brand awareness*, Instagram, Konten



**~halaman sengaja dikosongkan~**

***DIGITAL MARKETING CONTENT IN EFFORTS TO BUILD BRAND  
AWARENESS IN @WAISUSHI INSTAGRAM ACCOUNT***

***Name*** : **Muhammad Wildan Hakim**

***Student Identity*** : **1011510129**

***Supervisor*** : **Alfina, S.M., M.M.**

***ABSTRACT***

*Wai Sushi is a typical Japanese culinary business in Lamongan City, and doing promotions through Instagram social media with @waisushi account. But the people is not aware about the brand. This is evidenced by the number of followers who only reached 300 followers and the population of the City of Lamongan which reached 1.3 million people. This is because the content of @waisushi Instagram account is not education, not entertaining, not persuading, not telling a story, and not worth sharing. And then the researchers made a prototype of the Wai Sushi Instagram account content. The content has been educating, entertaining, persuading, telling a story and is worth sharing. The statement is the opinion of three informants, restaurant manager, and and two loyal consumers of Wai Sushi. It can be concluded that the prototype content of Wai Sushi can attempt to build brand awareness.*

**Keywords: Brand Awareness, Content, Instagram**