ABSTRAK
STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMBANGUN

BRAND IMAGE KOPI JANJI JIWA DI INSTAGRAM

Fitri Azzahra

2017210015

(ix + 5 Bab + 99 halaman + 2 lampiran)

Salah satu jalan untuk memperoleh keunggulan kompetisi dalam mempertahankan loyalitas konsumen adalah dengan membentuk brand image (citra merek) yang baik di mata konsumen. Bisnis Kopi di Jakarta banyak yang menggunakan Instagram sebagai alat untuk mempromosikan brand atau produknya, salah satunya Kopi Janji Jiwa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi branding Kopi Janji Jiwa melalui media sosial Instagram dalam membangun brand image. Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi branding yang digunakan oleh Janji Jiwa didasarkan pada: a) Makna merek Janji Jiwa sebagai janji dari merek minuman olahan kopi yang akan menyajikan produknya dengan kualitas terbaik. b) Logo merek Janji Jiwa dengan jari kelingking sebagai simbol dari janji yang berarti komitmen Janji Jiwa untuk menyajikan minuman olahan kopi yang berkualitas untuk menyenangkan hari para konsumen. c). Slogan merek Janji Jiwa yaitu “kopi dari hati” yang memberikan kepada konsumen bahwa Janji Jiwa akan berkomitmen untuk mempertahankan cita rasa yang sama pada semua kedai. Selain itu, janji Jiwa memanfaatkan media sosial Instagram untuk melakukan promosi seluruh program yang sedang dijalankan atau produk terbaru kolaborasi Janji Jiwa dengan merek lain. Beberapa point yang mendukung promosi Janji Jiwa yaitu: comment, profil instagram, caption, fitur instagram stories, konten, tagar, fitur highlight, dan ketepatan waktu posting.

Kata Kunci: **Strategi *Public Relation*; *Brand Image*, Instagram, Kopi Janji Jiwa**