

ABSTRAK

Pada skripsi ini tentang “Analisis Komunikasi Pemasaran Pada Kedai Uncle Chen Dalam Membangun *Brand Image*: Studi Deskriptif Kualitatif Pada Kedai Bakmi Di Kota Bandung”. Tujuan penelitian ini guna mengetahui strategi komunikasi pemasaran pada Uncle Chen dalam mempromosikan produk, proses komunikasi pemasaran melalui media sosial *instagram* Uncle Chen dalam upaya membangun *brand image* dan hambatan dalam mempromosikan produk pada Uncle Chen pada sosial media *instagram*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi deskriptif, menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara secara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini *owner, manager* dan manajemen pemasaran menjadi informan kunci serta informan pendukung.

Hasil penelitian ini adalah. (1) strategi komunikasi pemasaran pada uncle chen memasarkan produk serta membangun *brand image* nya melalui media sosial *instagram*, dimana dalam memasarkan serta memperkenalkan produknya dengan cara membuat konten – konten *in house production* atau juga dengan bekerja sama dengan *Key Opinion Leader* (KOL) dalam memasarkan dari segi produk dan juga tempat dari kedai bakmi uncle chen. (2) proses komunikasi pemasaran melalui media sosial *instagram* dalam membangun *brand image*, maka melalui banyak proses untuk mencapai tujuan pada memaksimalkan media sosial *instagram* sebagai media promosi. Salah satu proses komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh uncle chen dalam membangun *brand image* pada media sosial yaitu dengan cara membuat *content plan* untuk mengundang *content creator*. (3) hambatan yang ada dalam uncle chen memberikan serta mencoba banyak *experience* dari hambatan yang terjadi sehingga menjadi sebuah evaluasi bagi uncle chen agar jadi baik dalam mempromosikan produknya.

Kata Kunci: Startegi Komunikasi Pemasaran, *Brand Image*, Media Sosial, *Instagram*