

ABSTRAK

Perkembangan teknologi internet mendorong media sosial seperti Instagram menjadi *platform* penting untuk membangun *brand awareness*. PT Infokes Indonesia memanfaatkan Instagram untuk mempromosikan eClinic, sistem digital pelayanan kesehatan primer. Setelah fokus pada ePuskesmas, perusahaan ingin mengembalikan kesadaran merek eClinic. Didorong Peraturan Menkes No.24 Tahun 2022, mereka membuat akun eClinicbyinfokes. Upaya ini bertujuan mengenalkan kembali produk kepada tenaga medis. Meskipun menghadapi keterbatasan sumber daya, mereka tetap berupaya memperlihatkan keunggulan layanan.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai untuk mengetahui bagaimana strategi konten Instagram eClinicbyinfokes dalam meningkatkan *Brand awareness* kemudian juga untuk mengetahui tantangan atau hambatan yang dihadapi dalam proses pembuatan konten Instagram eClinicbyinfokes dalam meningkatkan *Brand awareness*.

Penelitian ini menggunakan metode dengan pendekatan deskriptif dan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah karyawan PT Infokes Indonesia di divisi Digital Marketing, dengan informan kunci dari Admin Konten. Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data dilakukan melalui empat tahap: uji kredibilitas, transferability, dependability, dan confirmability. Tujuan utama adalah memperoleh data mendalam tentang strategi konten Instagram dalam meningkatkan kesadaran merek produk eClinic.

Berdasarkan latar belakang dan hasil penelitian bahwa strategi pembuatan konten menarik yang diterapkan oleh eClinicbyinfokes berhasil meningkatkan *brand awareness*, walaupun ada beberapa langkah yang tidak sesuai dalam pelaksanaannya. Meskipun demikian, peningkatan jumlah *followers* dan *likes* setiap kuartal di tahun 2024 menunjukkan bahwa strategi ini efektif dalam menjaga keberlanjutan promosi online melalui Instagram.

Untuk meningkatkan *brand awareness*, direkomendasikan penggunaan Instagram *Ads* yang tertarget dan *Live* Instagram untuk menjangkau calon pengguna potensial serta mendorong keterlibatan *audiens*. Penguatan tim produksi konten melalui penambahan sumber daya manusia khusus akan membuat proses produksi konten lebih efisien dan profesional. Penyediaan alat pendukung seperti mikrofon berkualitas, kamera yang lebih baik, dan ruang khusus produksi konten akan berkontribusi pada peningkatan kualitas visual dan audio.

Kata kunci: Instagram, konten, *brand awareness*.

ABSTRACT

The development of internet technology has driven social media platforms like Instagram to become crucial for building brand awareness. PT Infokes Indonesia utilizes Instagram to promote eClinic, a digital primary healthcare service system. After focusing on ePuskesmas, the company aims to revive eClinic's brand awareness. Driven by the Minister of Health Regulation No. 24 of 2022, they created the eClinicbyinfokes account. This effort seeks to reintroduce the product to medical professionals. Despite resource limitations, they continue to showcase service advantages.

Based on the background explanation, the research aims to understand the Instagram content strategy of eClinicbyinfokes in enhancing brand awareness and identify challenges faced in content creation.

The study employs a descriptive approach with data collection through observation, semi-structured interviews, and documentation. Research subjects include PT Infokes Indonesia employees in the Digital Marketing division, with key informants from Content Admins. Data analysis involves data reduction, display, and conclusion drawing. Data validity is tested through four stages: credibility, transferability, dependability, and confirmability. The primary goal is to obtain in-depth insights into Instagram content strategies for increasing eClinic's brand awareness.

Based on the background and research findings, the strategy of creating engaging content implemented by eClinicbyinfokes has successfully increased brand awareness, although some steps were not properly executed. Nevertheless, the increase in the number of followers and likes each quarter in 2024 shows that this strategy is effective in maintaining continuous online promotion through Instagram.

To increase brand awareness, recommended strategies include targeted Instagram Ads and Live Instagram to reach potential users and encourage audience engagement. Strengthening the content production team by adding specialized human resources will make the content production process more efficient and professional. Providing supporting tools like high-quality microphones, better cameras, and dedicated content production spaces will contribute to improved visual and audio quality.

Keywords: Instagram, Content, brand awareness.