

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Analisis Komunikasi Pemasaran Pada Paper Official Dalam Membangun *Brand Image*: Studi Deskriptif Kualitatif Pada Brand Lokal Di Trunojoyo Bandung”. Tujuan penelitian ini guna mengetahui strategi komunikasi pemasaran pada Paper Official dalam mempromosikan produk, proses komunikasi pemasaran melalui media sosial *TikTok* Paper Official dalam upaya membangun *brand image* dan hambatan dalam mempromosikan produk pada Paper Official pada sosial media *TikTok*.

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 *CEO, manager marketing* pemasaran dan mahasiswa serta masyarakat umum menjadi informan kunci serta informan pendukung.

Hasil penelitian ini adalah. (1) strategi komunikasi pemasaran pada paper official memasarkan produk serta membangun *brand image* nya melalui media sosial *TikTok*, 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 brand lokal paper official. (2) proses komunikasi pemasaran melalui media sosial *TikTok* dalam membangun *brand image*, maka melalui banyak proses untuk mencapai tujuan pada memaksimalkan media sosial *TikTok* sebagai media promosi. Salah satu proses komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh paper official dalam membangun *brand image* pada media sosial yaitu dengan cara membuat *content plan* untuk mengundang *content creator fashion*. (3) hambatan yang ada dalam paper official memberikan serta mencoba banyak *experience* dari hambatan yang terjadi sehingga menjadi sebuah evaluasi bagi paper official agar jadi baik dalam mempromosikan produknya.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, *Brand Image*, Media Sosial, *TikTok*

ABSTRACT

This thesis discusses "Marketing Communication Analysis at Paper Official in Building Brand Image: A Qualitative Descriptive Study of Local Brands in Trunojoyo, Bandung." The purpose of this study is to determine Paper Official's marketing communication strategy in promoting its products, the marketing communication process through TikTok

Paper Official's social media platform in building brand image, and the obstacles encountered in promoting Paper Official's products on TikTok. This study uses a qualitative method with a descriptive study type, utilizing observational data collection techniques, in-depth interviews, and documentation. The data analysis techniques used in this study are data reduction, data presentation, and conclusion drawing. In this study, the CEO, marketing manager, students, and the general public served as key and supporting informants.

The results of this study are: (1) Paper Official's marketing communication strategy markets its products and builds its brand image through TikTok social media. This marketing and product introduction involves creating in-house content or collaborating with Key Opinion Leaders (KOLs) to market the products and locations of the local brand Paper Official. (2) the marketing communication process through TikTok social media in building a brand image, then through many processes to achieve the goal of maximizing TikTok social media as a promotional media. One of the marketing communication processes carried out by paper official in building a brand image on social media is by creating a content plan to invite fashion content creators. (3) the obstacles that exist in paper official provide and try many experiences from the obstacles that occur so that it becomes an evaluation for paper official to be good at promoting its products.

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Brand Image, Social Media, TikTok.*