

Kampanye #BaiknyaMatchamu merupakan kampanye komunikasi pemasaran di Instagram sebagai media pengembangan *brand identity* Matchamu sebagai jenama promotor gaya hidup sehat secara holistik. Kampanye ini disusun berdasarkan pada *brand identity* Matchamu, yang dalam penelitian ini dijabarkan dengan konsep *brand identity prism* dan kemudian dikaji pengembangannya menurut kelima prinsip *brand identity development*. Pada praktiknya, *brand identity* tersebut dikomunikasikan melalui berbagai konten yang membahas tentang praktik gaya hidup sehat secara fisik dan mental, dengan tetap mempertahankan karakter Matchamu sebagai jenama lokal dengan produk *matcha* asal Jepang. Konten-konten tersebut disusun dan diunggah mengikuti prinsip-prinsip untuk memaksimalkan performa algoritma Instagram. Berdasarkan hasil analisis peneliti, riset ini menunjukkan bahwa kampanye #BaiknyaMatchamu dieksekusi sesuai dengan *brand identity* yang berusaha dikembangkan Matchamu, dengan fokus utama pada aspek *physique*, *personality*, dan *culture*.

Kata kunci: kampanye komunikasi pemasaran, *brand identity*, gaya hidup sehat

*#BaiknyaMatchamu was a marketing communication campaign on Instagram that serves as a brand identity development channel to present Matchamu as a brand promoting a holistic healthy lifestyle. This campaign was crafted based on Matchamu's brand identity, which is elaborated in this research using brand identity prism concept and analyzed based on the five principles of brand identity development. The brand identity was communicated through various content about healthy lifestyle, mentally and physically, while maintaining Matchamu's character as a local brand with Japanese matcha products. The content was created and uploaded using the principles to maximize the Instagram algorithm performance. Based on the analysis, this research shows that the content of #BaiknyaMatchamu campaign was executed in alignment with the brand identity that was being developed, focusing on the physique, personality, and culture aspects.*

*Keywords: marketing communication campaign, brand identity, healthy lifestyle*