

## ABSTRAK

Paris Fashion Week 2022 merupakan salah satu kegiatan parade busana internasional yang menjadi perbincangan masyarakat pada awal bulan Maret 2022 lalu, pasalnya ramai merek lokal yang menginformasikan dirinya dalam acara tersebut. Geprek Bensu menjadi salah satu merek makanan yang turut serta dan aktif melakukan kampanye di media sosial Instagram, namun ternyata Geprek Bensu tidak terdaftar sebagai peserta Paris Fashion Week 2022. Hal ini mengundang pro dan kontra publik di media sosial, sebab Geprek Bensu dianggap telah melakukan penipuan informasi pemasaran yang disebut dengan *ambush marketing* dimana perusahaan mengaku memiliki hak komersil terhadap suatu acara namun sebenarnya hanya menunggangi euforia acara tersebut. Penelitian ini menganalisis konten media sosial Instagram Geprek Bensu pada rentan tanggal 1 – 12 Maret 2022 dengan tujuan untuk mengetahui karakteristik *ambush marketing* yang digunakan serta melihat respon user yang menerima terpaan tersebut. Metode penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan total data 30 post instagram Geprek Bensu. Melalui penelitian ini ditemukan bahwa Geprek Bensu menggunakan 3 jenis *ambush marketing* (*direct, indirect* dan *insidental activities*) dalam setiap postingan instagram selama periode tersebut yang mana setiap masing-masing jenisnya menggunakan 1-3 aktivitas penyergapan, sedangkan untuk respon user Geprek Bensu mendapatkan respon yang cenderung negatif bersamaan dengan kritik dan kekecewaan user terhadap kebohongan yang dilakukan. Kendati demikian Geprek Bensu dapat dikatakan berhasil dalam menarik perhatian user karena dengan penyergapan yang dilakukan membuat user untuk berkunjung ke instagramnya dan menjadi topik pembicaraan.

Kata Kunci: *Ambush Marketing*, Media Sosial Instagram, Paris Fashion Week, Respon User

## ABSTRACT

*Paris Fashion Week 2022 is one of the famous international fashion show that has been discussed in public at the beginning of March 2022 due to of many Indonesia's local brand inform themselves involve in the event. Geprek Bensu was one of the food brand that involve at it and did campaign marketing by social media instagram, unfortunately there was a misinformation that Geprek Bensu wasn't registered as participant in Paris Fashion Week 2022. This things made a pros and cons of public on social media, which is Geprek Bensu has considered did committed fraudulent marketing information that called ambush marketing. Ambush marketing is practice by a company attempts to associate its products with an event that already has official sponsors. This research use analysis content of Geprek Bensu instagram's feed post from March, 1st – 12<sup>th</sup> 2022 in accordance to the ambush marketing's characteristics that used to by Geprek Bensu and also user response who received the post was exposed. Research method is quantitative approach with obtained data from 30 of Geprek Bensu's instagram. Through this research found that Geprek Bensu used three types of ambush marketing (direct, indirect and insidental activities) in every instagram's post during that period, which is each type used 1-3 ambush activities and the user response was dominated by negative response with criticism and user's dissapointing to brand. However, Geprek Bensu is success in attracting user's attention cause its raids user to visit brand instagram and being viral.*

Keyword: *Ambush Marketing*, Instagram, Paris Fashion Week, User Response