

ABSTRAK

Salah satu bisnis yang saat ini mulai menjamur disekitar masyarakat adalah bisnis kue modern. yang dimana saat ini banyak bermunculan pelaku bisnis kue modern dengan kreatifitas tinggi. yang dimana hal tersebut menjadikan persaingan pasar yang cukup ketat pada kelompok bisnis kue. Maka dari itu untuk membangun citra yang baik di mata pelanggan perlu dilakukannya kegiatan *branding* dengan perancangan strategi *branding* yang matang. *Bloomery Patisserie* merupakan suatu bisnis kue dan *dessert* modern yang memiliki perkembangan bisnis yang cukup pesat dibandingkan dengan usaha serupa yang didirikan di kota Yogyakarta. Dalam menunjang keberhasilan kegiatan *branding Bloomery Patisserie* sendiri memanfaatkan media sosial Instagram sebagai alat bantu dalam melakukan kegiatan *branding* dan marketing.

Rumusan masalah dalam penelitian kali ini adalah untuk mencari tahu strategi *branding Bloomery Patissiere* di media sosial Instagram. Lalu metode penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini adalah metode penelitian kualitatif dengan mengumpulkan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Lalu data yang didapatkan akan dianalisis dengan cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Lalu untuk menguji keabsahan data peneliti akan menggunakan teknik triangulasi teknik.

Hasil penelitian menunjukan bahwa strategi branding *Bloomery Patisserie* di Instagram dipetakan menjadi 5 yaitu: 1. Pihak *Bloomery Patisserie* sangat mengoptimalkan penggunaan Instagram sebagai alat *branding*, 2. *Brand positioning* dilakukan dengan mengkomunikasikan atribut kepada pelanggan, 3. *Brand personality* dilakukan dengan menonjolkan momen-momen bahagia kepada pelanggan agar sesuai dengan sifat sederhana yang dimiliki oleh *Bloomery Patisserie*, 4. *Brand identity* dilakukan dengan mengoptimalkan keterlibatan elemen-elemen *brand Identity* pada isi konten di unggahan Instagram, 5. Kegiatan riset pelanggan sangat membantu *Bloomery Patisserie* untuk melakukan kegiatan *branding*.

Kata Kunci: *Strategi Branding, Instagram, Bloomery Patisserie*

ABSTRACT

One of the businesses that is currently growing around society is the modern cake business, where many entrepreneurs are emerging with high creativity. This has led to intense market competition within the cake business sector. Therefore, to build a good image in the eyes of customers, branding activities with a well-planned branding strategy are necessary. Bloomery Patisserie is a modern cake and dessert business that has experienced significant growth compared to similar businesses in Yogyakarta. To support its branding efforts, Bloomery Patisserie leverages Instagram as a tool for branding and marketing activities.

The research problem in this study Is to find out the branding strategy of Bloomery Patisserie's on Instagram. The research method used is qualitative, collecting data through interviews, observations, and documentation. The data collected will be analyzed through data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. To verify the validity of the data, the researcher used the triangulation technique.

The results of the study show that Bloomery Patisserie's branding strategy on Instagram is mapped into five key points: 1. Bloomery Patisserie optimizes the use of Instagram as a branding tool, 2. Brand positioning is achieved by communicating the brand's attributes to customers, 3. Brand personality is showcased by highlighting joyful moments to align with Bloomery Patisserie's simple nature, 4. Brand identity is reinforced by maximizing the involvement of brand identity elements in Instagram content, 5. Customer research activities greatly assist Bloomery Patisserie in conducting branding activities.

Keywords: *Branding Strategy, Instagram, Bloomery Patisserie*