

**ANALISIS *SOCIAL MEDIA MARKETING* CITRA EXPRESS MELALUI
KONTEN INSTAGRAM DALAM MEWUJUDKAN *BRAND EQUITY***

SKRIPSI

Oleh:

Muhammad Ihsan Al Amin

2110862020

Pembimbing:

Revi Marta, M.I.Kom

Diego, M.I.Kom., M.Sos



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

2025

**ANALISIS *SOCIAL MEDIA MARKETING* CITRA EXPRESS MELALUI
KONTEN INSTAGRAM DALAM MEWUJUDKAN *BRAND EQUITY***

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata

Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Andalas

Oleh:

Muhammad Ihsan Al Amin

2110862020

Pembimbing:

Revi Marta, M.I.Kom

Diego, M.I.Kom., M.Sos



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

2025

ABSTRAK

ANALISIS *SOCIAL MEDIA MARKETING* CITRA EXPRESS MELALUI KONTEN INSTAGRAM DALAM MEWUJUDKAN *BRAND EQUITY*

Oleh:

Muhammad Ihsan Al Amin

2110862020

Pembimbing:

Pembimbing: Revi Marta, M.I.Kom

Diego, M.I.Kom., M.Sos

Media sosial telah menjadi sarana penting dalam strategi pemasaran modern, termasuk dalam membangun kekuatan merek (*brand equity*) melalui komunikasi yang terencana. Citra Express, sebagai minimarket bertema *Korean Mart* di Kota Padang, memanfaatkan Instagram sebagai platform utama dalam menjalankan aktivitas *social media marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *social media marketing* Citra Express melalui konten Instagram dalam mewujudkan *brand equity* yang dirasakan oleh pengikutnya. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui observasi langsung terhadap akun @citraexpress dan wawancara dengan informan yang merupakan pengikut aktif akun tersebut. Peneliti menggunakan teori *brand equity* oleh Aaker dan konsep *social media marketing* sebagai landasan analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Express mengelola konten dengan segmentasi yang jelas, gaya visual yang konsisten, serta komunikasi yang santai namun efektif. Aktivitas *social media marketing* yang dilakukan terbukti berperan dalam membangun *brand awareness*, memperkuat citra merek, serta menciptakan kedekatan emosional dengan pengikut yang berkontribusi pada terbentuknya loyalitas terhadap *brand*.

Kata Kunci: *Brand Equity, Citra Express, Instagram, Social Media Marketing*

ABSTRACT

ANALYSIS OF CITRA EXPRESS SOCIAL MEDIA MARKETING THROUGH INSTAGRAM CONTENT IN REALIZED BRAND EQUITY

By:

Muhammad Ihsan Al Amin

2110862020

Supervisor:

Revi Marta, M.I.Kom

Diego, M.I.Kom., M.Sos

Social media has become an important tool in modern marketing strategies, including in building brand equity through planned communication. Citra Express, a Korean Mart-themed supermarket in Padang City, utilizes Instagram as its main platform for social media marketing activities. This study aims to analyze Citra Express's social media marketing strategy through Instagram content in realizing brand equity perceived by its followers. The method used is a qualitative approach through direct observation of the @citraexpress account and interviews with informants who are active followers of the account. The researcher uses Aaker's brand equity theory and the concept of social media marketing as the basis for the analysis. The results show that Citra Express manages with clear content segmentation, a consistent visual style, and relaxed but effective communication. The social media marketing activities carried out have been proven to play a role in building brand awareness, strengthening brand image, and creating emotional closeness with followers that contribute to the formation of loyalty to the brand.

Keywords: Brand Equity, Citra Express, Instagram, Social Media Marketing