

ABSTRAK

Pemasaran memiliki peran penting dalam semua bidang usaha, berfungsi sebagai jembatan antara penyedia barang/jasa dan konsumen. Dengan perkembangan teknologi, pemasaran beralih dari tradisional ke digital, mempermudah konsumen menemukan dan membeli produk secara *online* (Djogo, 2022). *Digital marketing* menggunakan internet dan teknologi *digital* untuk promosi, meningkatkan *brand awareness*, dan memanfaatkan media sosial sebagai *platform* utama (Krishnaprabha, et al, 2020). Pemasaran melalui *social media*, atau *social media marketing* menciptakan kesadaran merek melalui konten menarik yang direncanakan dengan baik (Pulizzi, 2023). Instagram menjadi *platform* populer untuk UMKM seperti Sevensoy, yang menggunakan jasa PT Otak Kanan untuk memasarkan susu kedelai mereka. Sevensoy melakukan *rebranding* untuk memperluas pasar melalui strategi konten di Instagram. *Project* ini menggunakan metode kualitatif. Penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang melibatkan observasi, wawancara, dan dokumentasi secara langsung. Wawancara dilakukan langsung kepada pemilik usaha Sevensoy mengenai hasil dari konten terhadap *rebranding* yang sedang dilakukan. Hasil dari penelitian ini berupa *content planning* dan *insight*, serta hasil wawancara mendalam dengan pemilik usaha. Dari hasil *insight* Instagram dan konten yang dibuat dan wawancara sebelumnya yang telah dilakukan penulis dengan bu Ana, bahwa hasil dari konten Instagram memberikan hasil yang sangat baik dalam proses *rebranding* Sevensoy.

Kata kunci: Pemasaran *Digital*, *Social Media*, Konten, Instagram, *Re-Branding*

ABSTRACT

Marketing plays an important role in all business fields, serving as a bridge between providers of goods/services and consumers. With the development of technology, marketing has shifted from traditional to digital, making it easier for consumers to find and buy products online (Djogo, 2022). Digital marketing uses the internet and digital technology for promotion, increasing brand awareness, and utilizing social media as the main platform (Krishnaprabha, et al, 2020). Marketing through social media, or social media marketing, creates brand awareness through well-planned, engaging content (Pulizzi, 2023). Instagram has become a popular platform for MSMEs such as Sevensoy, which uses the services of PT Otak Kanan to market their soy milk. Sevensoy is rebranding to expand its market through content strategy on Instagram. This project uses a qualitative method. The author uses a qualitative method with a descriptive approach involving direct observation, interviews, and documentation. Interviews were conducted directly with the owner of the Sevensoy business regarding the results of content for the rebranding that is being carried out. The results of this study are in the form of content planning and insight, as well as the results of in-depth interviews with business owners. From the results of Instagram insights and content that were created and previous interviews that the author had conducted with Mrs. Ana, the results of Instagram content gave very good results in the Sevensoy rebranding process.

Keyword: Digital Marketing, Social Media, Content, Instagram, Re-branding