

ABSTRAK

TENDI HARDIANSYAH
1124060073

Strategi Sosialisasi *Brand Image* Melalui Media Sosial (Studi Kasus Pada PT. Surya Putra Adipradana Kota Bandung)

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan strategi yang dilakukan oleh *Marketing* PT. surya Putra adipradana dalam proses sosialisasi *brand image* melalui media sosial untuk menimbulkan citra positif bagi perusahaan dan dimata masyarakat supaya bisa dikenal dan banyak yang menggunakan jasa transportasi bis surya putra terutama dari segi pariwisata. Dari mulai berdirinya PT. surya putra adipradana tidak pernah menggunakan media sosial sebagai alat untuk promosi atau publikasi, sejak dulu hanya menggunakan media iklan koran, dan brosur tentu dengan cara ini tidak berdampak signifikan bagi kemajuan perusahaan, dari mulai tahun 2000 dunia teknologi berkembang pesat dari segala hal dari mulai segi ilmu, bisnis dan lain-lain. Dengan ini marketing PT. surya putra adipradana sangat memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk memulai pembentukan *brand image* dari mulai *website*, *facebook*, *instagram*, *youtube*, tujuannya untuk mempermudah proses sosialisasi kepada calon konsumen tentang *brand* bis surya putra.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus, subjek penelitian ini adalah Divisi Marketing PT. Surya Putra Adipradana, sedangkan objek penelitian adalah strategi sosialisasi *brand image* melalui media sosial. Informan penelitian dipilih secara *purposive*, data diperoleh dari hasil studi pustaka, dokumentasi, wawancara mendalam dengan pihak divisi Marketing PT. Surya Putra Adipradana, analisis data dilakukan dengan analisis yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa strategi *sosialisasi brand image* melalui media sosial di PT. Surya Putra adipradana yaitu dengan cara mengadakan *event – event* besar untuk menjadi salah satu daya tarik bagi calon konsumen atau bagi komunitas-komunitas bis di seluruh indonesia, pertama yang dilakukan untuk memperkenalkan *brand image* surya putra yaitu dengan cara mengadakan perlombaan pembuatan logo surya putra, melihat respon dari masyarakat dan komunitas sangat besar ini diluar perkiaraan dari pihak surya putra, mulai dari sini manajemen surya putra sangat genjar memperkenalkan *brand-Nya* melalui event-event seperti *lunching* bis, *family gathering*, bakti sosial dan menjadi media sponsor bagi *event* yang diadakan di Kota Bandung, setelah melakukan *event*, strategi yang dilakukan oleh marketing adalah fokus pada sosialisasi melalui media sosial seperti *website*, *facebook*, *Youtube*, *Instagram*, tujuannya untuk mempermudah memperkenalkan *brand* bis surya puta kepada masyarakat luas.

Kata Kunci : *brand image*, Strategi Marketing, Media Sosial.