



## ABSTRAK

### STRATEGI KOMUNIKASI RUMAH WARNA MENINGKATKAN *BRAND IMAGE* MELALUI AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM **@RUMAHWARNA.PUSAT**

Siti Najma Novanti  
5211711008

Saat ini media sosial bisa menjadi salah satu sarana sebagai peningkatan *brand image* dan promosi yang sangat efektif dan berpengaruh, karena mampu menyebarkan informasi secara cepat dan luas, kemampuan media sosial untuk menyebarkan informasi sangat cepat dan luas menjadikannya pilihan utama bagi banyak perusahaan dalam melakukan strategi pemasaran mereka. Rumah Warna memanfaatkan akun media sosial resmi mereka, yaitu @Rumahwarna.pusat, sebagai sarana untuk bisa meningkatkan *brand image*. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi tim media sosial Instagram Rumah Warna dalam meningkatkan *brand image* melalui platform Instagram. Penelitian ini menggunakan metode analisis *the Circular Model of SoMe (Share, Optimize, Manage, Engage)* dan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Rumah Warna telah berhasil dalam mengimplementasikan seluruh tahapan yang terdapat dalam metode *The Circular Model of SoMe* secara efektif. Selain itu, pemanfaatan berbagai fitur yang ada di Instagram terbukti dapat membantu dalam meningkatkan *brand image* Rumah Warna.

**Kata Kunci:** *Brand Image*, Strategi Komunikasi, *The Circular Model of The SoMe*

## **ABSTRACT**

### **COMMUNICATION STRATEGY OF RUMAH WARNA TO IMPROVE BRAND IMAGE THROUGH INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ACCOUNT @RUMAHWARNA.PUSAT**

*Siti Najma Novanti  
5211711008*

*Currently, social media can be a very effective and influential means of improving brand image and promotion, because it is able to spread information quickly and widely. The ability of social media to spread information very quickly and widely makes it the main choice for many companies in carrying out their marketing strategies. Rumah Warna utilizes their official social media account, namely @Rumahwarna.pusat, as a tool to improve its brand image. This study was conducted with the aim to analyze the communication strategy of the Rumah Warna Instagram social media team in improving brand image through the Instagram platform. This study uses the Circular Model of SoMe (Share, Optimize, Manage, Engage) analysis method and uses a qualitative approach with a descriptive method. Data collection techniques are carried out through in-depth interviews, observation and documentation. The results of this study indicate that Rumag Warna has succeeded in implementing all stages of the Circular Model of SoMe method effectively. In addition, the use of various features on Instagram has been proven to help improve Rumah Warna's brand image.*

**Keywords:** *Brand Image, Communication Strategy, The Circular Model of The SoMe*