

ABSTRACT

Olsen Hildan, Nim 7203550007 “Analisis Promosi Berbasis instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Barbershop Mr. Klimis Kelambir 5”
Thesis Management Department, Faculty of Economics, State University of Medan, 2024.

This research aims to analyze the effectiveness of Instagram-based promotions in increasing brand awareness at Barbershop Mr. Klimis Kelambir 5, with a focus on the use of celebrity endorsements. In the digital era, social media platforms, especially Instagram, have become an important means for businesses to attract consumer attention. The method used in this research is a survey by collecting data through questionnaires distributed to customers who come to Mr. Barbershop. Climatic. The research results show that the use of celebrity endorsements significantly increases brand awareness. Proven to have a positive effect on consumer perceptions of the brand. Apart from that, respondents revealed that advertisements involving celebrities tend to be more attractive and can increase their interest in visiting barbershops. The conclusion of this research confirms that Instagram-based promotions involving celebrity endorsements are an effective strategy for increasing brand awareness. Therefore, it is recommended that Barbershop Mr. Klimis continues to utilize influencers and various paid advertisements in their promotional campaigns to achieve more optimal results.

Keywords: Promotion, Umkm, Instagram, celebrity endorsement, Brand Awareness

THE
Character Building
UNIVERSITY

ABSTRAK

Olsen Hildan, Nim 7203550007 “Analisis Promosi Berbasis instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Barbershop Mr. Klimiss Kelambir 5” Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas promosi berbasis Instagram dalam meningkatkan brand awareness pada Barbershop Mr. Klimis Kelambir 5, dengan fokus pada penggunaan celebrity endorsement. Dalam era digital, platform media sosial, terutama Instagram, menjadi sarana penting bagi bisnis untuk menarik perhatian konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan yang datang ke Barbershop Mr. Klimis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan celebrity endorsement secara signifikan meningkatkan brand awareness. Terbukti berpengaruh positif terhadap persepsi konsumen terhadap merek. Selain itu, responden mengungkapkan bahwa iklan yang melibatkan celebrity cenderung lebih menarik dan dapat meningkatkan minat mereka untuk mengunjungi barbershop.

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa promosi berbasis Instagram yang melibatkan celebrity endorsement adalah strategi yang efektif untuk meningkatkan brand awareness. Oleh karena itu, disarankan agar Barbershop Mr. Klimis terus memanfaatkan influencer dan berbagai iklan berbayar dalam kampanye promosi mereka untuk mencapai hasil yang lebih optimal.

Kata kunci: Promosi, Umkm, Instagram, Brand Awareness, celebrity endorsement.

THE
Character Building
UNIVERSITY