

ABSTRAK

ANALISIS *DIGITAL BRANDING* PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PT ARRAYYAN TOUR & TRAVEL

OLEH

ALFATH ALDIANSYAHRI YM

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap strategi pemasaran, termasuk dalam membangun citra merek (*branding*) melalui media sosial. Di era persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk mampu memanfaatkan *platform* digital secara optimal guna menjangkau *audiens* yang lebih luas serta membangun hubungan yang kuat dengan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan media sosial dalam mempromosikan jasa pada PT Arrayyan Tour & Travel dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan narasumber yang terlibat dalam pengelolaan digitalisasi dokumen serta dokumentasi lainnya. Populasi penelitian mencakup seluruh pegawai dan konsumen yang telah menggunakan jasa PT Arrayyan Tour & Travel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan logo baru memberikan kesan profesional dan memperluas citra perusahaan tidak hanya sebagai penyedia layanan umroh. Konsistensi visual di akun Instagram perusahaan membangun kepercayaan dan memperkuat kesan profesionalisme, sementara gaya caption yang lebih informatif dan komunikatif mempererat hubungan dengan audiens. Peningkatan *engagement* seperti jumlah like, komentar, dan jangkauan menunjukkan efektivitas strategi digital branding. Selain itu, respon positif konsumen terhadap tampilan dan konten media sosial perusahaan mencerminkan keberhasilan dalam meningkatkan persepsi merek.

Kata Kunci : Digital Branding, Perubahan Logo, Konten Visual, MediaSosial

ABSTRACT

ANALYSIS OF DIGITAL BRANDING ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA PT ARRAYYAN TOUR & TRAVEL

BY

ALFATH ALDIANSYAHRI YM

The development of digital technology has brought significant changes to marketing strategies, including building brand image through social media. In an era of increasingly fierce business competition, companies are required to optimally utilize digital platforms to reach a wider audience and build strong relationships with consumers. This study aims to analyze the use of social media in promoting services at PT Arrayyan Tour & Travel using a qualitative descriptive approach. Data was collected through interviews with sources involved in document digitization and other documentation. The research population included all employees and consumers who had used the services of PT Arrayyan Tour & Travel. The results of the study indicate that the use of a new logo conveys a professional image and expands the company's image beyond that of a provider of umrah services. Visual consistency on the company's Instagram account builds trust and reinforces professionalism, while a more informative and communicative caption style strengthens the relationship with the audience. Increased engagement, such as the number of likes, comments, and reach, demonstrates the effectiveness of the digital branding strategy. Additionally, positive consumer responses to the company's social media appearance and content reflect success in enhancing brand perception.

Keywords: Digital Branding, Logo Change, Visual Content, Social Media.