

Siti Nur Azizah. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. **“Brand Personality “NAH Project” dalam Co-branding di Instagram”**

Dosen Pembimbing: Achmad Cholil, S.Ag, M.Si, Ph.D

ABSTRAK

Brand Personality adalah sekumpulan karakteristik manusia yang diasosiasikan dalam suatu *brand*. *Co-branding* adalah dua atau lebih merek melakukan kombinasi ke dalam suatu penawaran dengan menghasilkan produk yang baru. Sebagai pelaku pasar, maka hal utama yang harus dipikirkan pemasar yaitu membuat strategi pemasaran yang tepat untuk diaplikasikan dalam sebuah *brand* untuk menciptakan *Brand Personality* yang lebih kuat. NAH Project merupakan *brand fashion* asal Bandung, Indonesia, NAH Project melakukan *Co-branding* dengan menyongkong kerjasama bersama *brand* lokal, agar *brand image* dikenal lebih luas dan juga lebih kuat dengan media sosial Instagram untuk melakukan komunikasi dan promosi pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *Brand Personality* “NAH Project” di *Co-branding* di Instagram. Subjek dalam penelitian ini adalah konten yang terkait dengan *Co-branding* dalam unggahan Instagram NAH Project yang telah dilakukan, dengan menggunakan unggahan *Co-branding* hasil dari Gramedia X NAH Project X Monev, NAH Project X Kevinswork, dan NAH Project X KITC.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Metode penelitian menggunakan metode Analisis isi dengan menggunakan jenis unit sampel total. Metode pengumpulan data menggunakan observasi dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan merumuskan tujuan konseptualisasi, menyusun lembar coding (coding sheet), input data dan analisis.

Berdasarkan hasil analisis, NAH Project menonjolkan dimensi *Brand Personality responsibility* dan *aggressiveness* karena dari hasil unggahan *Co-branding* yang dilakukan menampilkan dimensi yang memiliki semua elemen dari dimensi yang ada. Dengan begitu NAH Project mampu menunjukkan rasa tanggung jawab perusahaan dalam menjaga kualitas produk dan meningkatkan relasi dengan konsumen

Kata Kunci: *Brand Personality; Co-branding; NAH Project*

Siti Nur Azizah. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. ***“Brand Personality “NAH Project” dalam Co-branding di Instagram”***

Dosen Pembimbing: Achmad Cholil, S.Ag, M.Si, Ph.D

ABSTRACT

Brand Personality is a set of human characteristics associated with a brand. *Co-branding* is the combination of two or more brands into a single offer by creating a new product. As a market player, then the main thing a marketer should think about is to create the right marketing strategy to be applied in a brand to create a stronger brand personality. NAH Project is a fashion brand originating in Bandung, Indonesia, and is *Co-branding* with local brands, so that brand image is known more widely and is also stronger with social media Instagram to communicate and promote marketing. The purpose of this purchase is to know the *Brand Personality “NAH Project”* in *Co-branding* on Instagram. The subject of this study is content related to *Co-branding* in the Instagram NAH Project upload that has been done, using *Co-branding* upload resulting from Gramedia X NAH project X Monez, Project X Kevinswork, and Project X KITC.

This type of research uses a qualitative research approach. The research method uses content analysis methods using total sample units. Methods of data collection using observation and documentation. Data analysis was carried out by formulating conceptualization objectives, compiling coding sheets, data input and analysis.

Based on the results of the analysis, NAH Project highlights the dimension of *Brand Personality responsibility* and aggressiveness because from the result of the *Co-branding* upload performed shows the dimension that has all the elements of the existing dimension. Thus NAH Project is able to demonstrate the sense of *responsibility* of the company to maintain the quality of the product and improve the relationship with the consumer.

Keywords: *Brand Personality; Co-branding; NAH Project*