**ABSTRAK**

**Calvin / 65150373 / 2019 / Strategi Warung Wagyu Fat Boys Dalam Membentuk Citra Positif Melalui Publikasi Foto Dan Video Di Instagram / Pembimbing: Rizal Yussac, Sos., M.Si.**

*Digital marketing* merupakan bentuk usaha baru dalam memasarkan produk dan jasa serta membangun komunikasi dengan konsumen melalui media digital. Penggunaan sosial media tidak hanya digunakan oleh indvidu – individu sacara pribadi tetapi media sosial juga di gunakan oleh suatu perusahaan, organisasi dan pelaku usaha untuk keperluan branding, promosi dan berkomunikasi.

Dalam menjalankan suatu usaha publikasi menjadi bagian penting dalam kemajuan untuk menjalankan usaha. Bagi para pelaku usaha citra merupakan tonggak yang sangat penting dalam pencapaian nilai positif dari khalayak. Dengan adanya instagram yang dapat digunakan sebagai sarana publikasi untuk menyebarkan pesan, Instagram dapat digunakan juga untuk membentuk citra positif melalui publikasi yang berisikan pesan dan informasi melalui bentuk foto dan video. Tetapi sebagian dari pelaku usaha tidak menyadari bahwa pembentukan citra postif itu penting dalam menjalankan usaha di Instagram. Oleh karena itu, peneliti hendak mencari tahu bagaimana strategi membentuk citra positif melalui publikasi foto dan video di Instagram pada Warung Wagyu Fat Boys

Penelitian ini membahas strategi membentuk citra positif melalui publikasi foto dan video di Instagram Warung Wagyu Fat Boys. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan konseppembentukan citra postif terdapat 4 indikator yaitu stimulus, kognisi, motivasi dan respon.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif data yang dikumpulkan berupa kata – kata hasil wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi, catatan dan dokumen resmi lainya. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan para informan. Peneliti dengan mengumpulkan data dengan cara dengan teknik wawancara terstruktur yang di lakukan bersama informan untuk menggumpulkan data. Validitas penelitian ini di dapatkan dari triangulasi sumber. Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis Miles & Hubberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini peneliti mengetahui proses dari strategi membentuk citra positif melalui publikasi foto dan video di Instagram yang terbagi menjadi 4 indikator yaitu membentuk persespi, kognisi, motivasi konsumen Warung Wagyu Fat Boy dan mengetahui sikap konsumen.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa dalam strategi membentuk citra positif melalui publikasi foto dan video di Instagram di Warung Wagyu Fat Boys terdapat 4 indikator dalam pembentukan citra positif yaitu membentuk pesepsi,kognisi,motivasi dan sikap konsumen.

Kata kunci : Citra Positif, Publikasi, Foto & video, Instagram