

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**KONSENTRASI *ADVERTISING***

**SKRIPSI, Juni 2022**

**Irfan Malik Abdul Aziz**

**2017140355**

**IMPLEMENTASI *ISLAMIC BRANDING* AFRAKIDS MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE* (Studi Pada Akun Media Sosial Afrakids)**

### **ABSTRAK**

Indonesia adalah negara dengan masyarakat yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Banyaknya masyarakat muslim di Indonesia menjadi daya tarik tersendiri untuk para pebisnis dalam memenuhi kebutuhan masyarakat muslim di Indonesia. Hadirnya media sosial sebagai salah satu teknologi informasi yang sangat potensial dan seiring dengan berkembangnya zaman, masyarakat muslim di Indonesia menginginkan adanya produk halal baik berupa barang maupun jasa yang dapat digunakan dengan rasa aman dan sesuai dengan syariat Islam, sehingga *islamic branding* hadir untuk memenuhi permintaan tersebut. Afrakids adalah salah satu *brand fashion* anak muslim yang menerapkan *islamic branding* melalui media sosial yang dilakukan dengan menghadirkan konten edukatif yang memiliki nilai utama *care&share*. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui *islamic branding* yang dilakukan Afrakids melalui media sosial dalam membangun *brand image*. 2) untuk mengetahui bagaimana *islamic branding* dilakukan berdasarkan *brand identity* Afrakids. 3) untuk mengetahui bagaimana *islamic branding* dilakukan berdasarkan *brand positioning* Afrakids. Teori yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teori *Islamic branding* dari Baker Ahmad Alserhan, dimana penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara secara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *Islamic branding* yang Afrakids lakukan melalui media sosial dalam membangun *brand image* adalah dengan konsisten menghadirkan konten pengetahuan islam, kuis dan kompetisi bernuansa islami, serta kutipan motivasi. 2) *Islamic branding* berdasarkan *brand identity* yang Afrakids lakukan adalah dengan menghadirkan konten yang memiliki karakter pada visual yang dirancang konsisten memiliki *value* Islam di dalamnya. 3) *Islamic branding* yang dilakukan berdasarkan *brand positioning*, Afrakids merancang posisi produk untuk lebih menunjukkan makna dan nilai yang ada pada setiap produknya.

**Kata Kunci** : *Islamic Branding, Media Sosial, Brand Image*

**Pembimbing** : Daniel Handoko, S.I.Kom, M.I.Kom

**Daftar Pustaka** : 51 referensi