

Strategi Komunikasi Piapi Animation dalam Membangun *Brand Image* melalui Instagram sebagai Studio Animasi Pertama di Sumatera Barat

ABSTRAK

Piapi Animation atau PT. Creative Media merupakan studio animasi pertama yang ada di Sumatera Barat yang berlokasi di Kota Padang. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui langkah-langkah strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Piapi *Animation* dalam membangun *brand image* di Sumatera Barat. Dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang dan bersaing, penting bagi perusahaan industri kreatif, untuk memahami peran penting *brand image* dalam mencapai tujuan pemasaran mereka. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis data deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menggunakan teori AIDA oleh Akmal Musyadat Cholil yaitu *Attention, Interest, Desire, Action*, Piapi animation mengupayakan untuk lebih aktif dalam menyebarkan konten-konten pada aspek *Attention*, pihak *Piapi* memperkenalkan tentang dunia animasi kepada khalayak melalui konten. Sementara itu pada aspek *Interest dan Desire*, adanya konten yang menarik membuat khalayak ingin mengikuti akun instagram @piapianimation. Aspek terakhir yaitu *Action*, khalayak mulai menonton animasi yang telah dibuat dengan berlangganan di Durioo+ atau mendownload aplikasi Durioo+.

Kata kunci: *Strategi Komunikasi, Brand Image, Piapi Animation, Studio Animasi*

Communication Strategy of Piapi Animation in Building Brand Image through Instagram as the First Animation Studio in West Sumatra

ABSTRACT

Piapi Animation or PT Creative Media is the first animation studio in West Sumatra which is located in Padang City. This research was conducted to find out the steps of marketing communication strategies carried out by Piapi Animation in building brand image in the province of Sumatera Barat. In a business environment that continues to grow and compete, it is important for creative industry companies to understand the important role of brand image in achieving their marketing goals. The method used is a qualitative research method with descriptive data type. The data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. The results of the research using the AIDA theory by Akmal Musyadat Cholil, namely Attention, Interest, Desire, Action, Piapi animation strives to be more active in disseminating content in the Attention aspect, Piapi introduces the world of animation to the audience through content. Meanwhile, in the Interest and Desire aspects, the existence of interesting content makes people want to follow the @piapianimation Instagram account. The last aspect is Action, the audience starts watching the animation that has been created by subscribing to Durioo + or downloading the Durioo + application.

Keywords: Communication Strategy, Brand Image, Piapi Animation, Animation Studio.