

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

ABSTRAK

(A) Hokky Putra Pangestu (915160120)

(B) ANALISIS *BRANDING* HAKA DIMSUM MELALUI KOMUNIKASI VISUAL (C) xiii

+ 53 hlm, 2020, tabel 1, gambar 18, lampiran 7

(D) *ADVERTISING*

Abstrak:

Era digital adalah fenomena yang terjadi pada masa kini dan era digital merupakan kemajuan teknologi yang dimanfaatkan oleh semua orang. Haka Dimsum dalam melakukan promosi di era digital merupakan kegiatan terpenting. Kegiatan promosi yang dilakukan Haka Dimsum mempunyai tujuan untuk *branding*, hal tersebut berfungsi untuk memberikan identitas agar mempunyai ciri khas terhadap produk. Untuk melakukan *branding* Haka Dimsum membuat konten berupa foto dan video, konten yang disajikan kepada khalayak mempunyai peran untuk menyampaikan pesan yaitu dengan cara komunikasi visual. Hal tersebut dapat dibantu dengan menggunakan media sosial terutama Instagram karena penggunaanya banyak. Penelitian ini membahas tentang bagaimana analisis *branding* yang dilakukan restoran Haka Dimsum melalui komunikasi visual. Metode penelitian ini dilakukan dengan cara studi kasus yang berarti mempelajari lebih lanjut tentang suatu proses dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan agar mengetahui dan menggambarkan *branding* Haka Dimsum melalui komunikasi visual. Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa dengan konten yang menarik dapat membuat khalayak tertarik dengan produk yang dijual dan betapa pentingnya ketika menjual produk dengan menggunakan ide konten yang menarik.

Kata Kunci: Haka Dimsum, Branding, Komunikasi Visual, Media Sosial, Instagram.