

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi King Fried Chicken dalam Meningkatkan Citra Brand”. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya bermunculan rumah makan cepat saji yang tersebar di seluruh Indonesia. Untuk itu peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi King Fried Chicken dalam meningkatkan citra brandnya di tengah persaingannya dengan brand lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh *store* pusat King Fried Chicken, Lampineung, Banda Aceh. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan konsep strategi *Brand Communication*. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Penentuan informan dalam penelitian ini melalui teknik *purposive sampling* yang terdiri dari seorang informan kunci, seorang informan utama dan 3 orang informan pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa King Fried Chicken menggunakan Strategi *Brand Communication* yang terdiri dari *Brand Visualization, Brand Activation: Direct Marketing Activation, Social Media Activation, Promotion Activation, Marketing Events Activation, Sponsorship Activation* untuk meningkatkan citra brandnya yang terbukti efektif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan saran bagi restoran *fastfood* dan pihak-pihak terkait untuk memahami pentingnya menjaga dan meningkatkan citra yang kuar dan membedakan *brand* di tengah persaingan industri makanan cepat saji di Indonesia.

**Kata Kunci:** Citra, Brand, Strategi Komunikasi, King Fried Chicken

## **ABSTRACT**

*This research is entitled "King Fried Chicken Communication Strategy in Improving Brand Image". This research is motivated by the increasing number of fast food restaurants popping up throughout Indonesia. For this reason, researchers want to know how King Fried Chicken's communication strategy is in improving its brand image amidst its competition with other brands. The aim of this research is to find out what communication strategies are used by the King Fried Chicken central store, Lampineung, Banda Aceh. In this research, researchers used the concept of Brand Communication strategy. The research method used is a qualitative approach with data collection techniques through interviews, observation and documentation. Informants were determined in this research using a purposive sampling technique consisting of a key informant, a main informant and 3 supporting informants. The research results show that King Fried Chicken uses a Brand Communication Strategy consisting of Brand Visualization, Brand Activation: Direct Marketing Activation, Social Media Activation, Promotion Activation, Marketing Events Activation, Sponsorship Activation to improve its brand image which has proven to be effective. It is hoped that this research can provide input and suggestions for fast food restaurants and related parties to understand the importance of maintaining and improving a strong image and differentiating brands amidst the competitive fast food industry in Indonesia.*

**Keywords: Image, Brand, Communication Strateg, King Fried Chicken**