

ABSTRAK

RAJU HANAFIAH, OPTIMALISASI STRATEGI DIGITAL MARKETING MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI NR BOUTIQUE PADANG MENGGUNAKAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam strategi pemasaran, dimana pendekatan konvensional mulai digantikan oleh strategi pemasaran digital yang lebih dinamis dan berbasis data. Salah satu komponen utama dalam digital marketing adalah pemanfaatan media sosial yang kini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana efektif untuk membangun brand awareness secara luas dan efisien. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok telah menjadi saluran potensial yang memungkinkan pelaku usaha di NR Boutique Padang, sebagai pelaku usaha lokal di bidang fesyen, menyadari pentingnya penggunaan media sosial untuk meningkatkan eksistensi dan daya saing merek. Namun dalam implementasinya, mereka menghadapi berbagai tantangan seperti rendahnya interaksi audiens, ketidakkonsistenan konten promosi, serta belum adanya evaluasi mendalam terhadap efektivitas strategi digital marketing yang diterapkan. Permasalahan utama yang diidentifikasi adalah ketiadaan strategi pemasaran digital yang terstruktur dan berbasis analisis, yang berakibat pada rendahnya tingkat kesadaran merek, serta berdampak langsung pada penjualan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menentukan strategi pemasaran digital yang paling optimal bagi NR Boutique melalui pendekatan pengambilan keputusan yang sistematis dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process*

Kata kunci: AHP, *Analytical Hierarchy Process*, optimalisasi strategi digital marketing melalui media sosial untuk meningkatkan brand awareness di NR Boutique Padang

ABSTRACT

RAJU HANAFIAH, *OPTIMIZING DIGITAL MARKETING STRATEGY THROUGH SOCIAL MEDIA TO INCREASE BRAND AWARENESS AT NR BOUTIQUE PADANG USING THE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS METHOD*

The development of digital technology has brought about major changes in marketing strategies, where conventional approaches are starting to be replaced by more dynamic and data-driven digital marketing strategies. One of the main components of digital marketing is the use of social media, which now functions not only as a communication tool but also as an effective means to build brand awareness broadly and efficiently. Platforms such as Instagram, Facebook, and TikTok have become potential channels that enable business owners at NR Boutique Padang, as a local business in the fashion sector, to realize the importance of using social media to increase brand presence and competitiveness. However, in its implementation, they faced various challenges such as low audience interaction, inconsistent promotional content, and the lack of in-depth evaluation of the effectiveness of the implemented digital marketing strategy. The main problem identified was the absence of a structured and analysis-based digital marketing strategy, which resulted in low levels of brand awareness, and had a direct impact on sales and customer loyalty. This study aims to identify and determine the most optimal digital marketing strategy for NR Boutique through a systematic decision-making approach using the Analytical Hierarchy Process method.

Keywords: *AHP, Analytical Hierarky Process, Optimization of digital marketing strategies through social media to increase brand awareness at NR Boutique Padang*