



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**PROGRAM STUDI ADVERTISING &**  
**Marketing communication**

James Siunggara Barani Hasibuan (44311110088)  
Pembentukan *Brand Awareness* melalui Media Sosial (akun Facebook dan Twitter)  
pada Lapis Bogor Sangkuriang Tahung (2012-2013).  
IX + 86 Halaman; 5  
Bibliografi !5 Buku (tahun 2005 s/d 2013)

**ABSTRAK**

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi ditandai oleh kemudahan dalam mendapatkan informasi pada media online. Salah satu dari bagian media online ialah media sosial. Media sosial merupakan wadah dari berbagai media, contohnya seperti *Facebook dan Twitter*. Kemajuan ini juga mempengaruhi dalam komunikasi pemasaran, salah satu bagian dari pemasaran ialah adanya kesadaran merek (*Brand Awareness*). Untuk memperkuat merek di mata pasar kita membutuhkan proses pembentukan kesadaran Merek (*Brand Awareness*). Dimata khalayak *Brand Awareness* menjadi penting karena sebelum seseorang memutuskan untuk membeli suatu produk barang ataupun jasa. kesadaran merek yang baik tidak dapat terbangun secara otomatis. Diperlukan Komunikasi pemasaran yang berkelanjutan. Pada umumnya dibutuhkan untuk menciptakan asosiasi yang mendukung, kuat dan unik mengenai merek.

Penelitian ini mengungkap Proses Pembentukan *Brand Awareness* melalui Media Sosial (akun Facebook dan Twitter) dimana dalam penggunaan teorinya yaitu menentukan bauran pemasaran, analisis SWOT dan Element Komunikasi pemasaran.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian studi kasus, dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam. Sedangkan tipe penelitiannya deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian studi kasus ini menunjukkan bahwa LBS sudah menerapkan tiga strategi yaitu menentukan bauran komunikasi pemasaran, analisis SWOT dan menggunakan elemen komunikasi pemasaran. Pada kesimpulannya seluruh tahapannya LBS menekankan pada tahapan strategi komunikasi pemasarannya yang menggunakan tipe *pulling strategy* dan dimana strategi ini di lakukan secara bersamaan dengan tahapan bauran promosi. Komunikasi pemasaran yang dilakukan LBS lebih mengacu pada proses peningkatan *brand awareness*-nya melalui media sosial.