



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Ansi Hahuri
44214010090

Strategi Komunikasi Dalam Membentuk *Brand Awareness* Perusahaan (Studi Kasus Tentang Strategi Komunikasi di PT. Tren Data Indonesia Melalui Acara Jambore Media & PR Indonesia #2)

Jumlah halaman : viii + 100 halaman + 20 lampiran
Bibliografi : 31 Acuan (2001-2013), 5 Jurnal Internasional, 4 Artikel Internet.

ABSTRAK

PT. Tren Data Indonesia merupakan perusahaan *media monitoring* yang dimana saat ini telah ada kurang lebih 20 perusahaan sejenisnya, hal tersebut menjadi potensi meningkatnya persaingan antar perusahaan. PT. Tren Data Indonesia perlu membentuk *brand awareness* supaya dapat bersaing dengan perusahaan lainnya melalui acara JAMMPIRO#2. Mencapai tujuan tersebut perusahaan perlu adanya strategi komunikasi, karena strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan.

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan terkait membentuk *brand awareness* melalui acara JAMMPIRO#2 yang dikaitkan dengan tujuan perusahaan dan teori tahap strategi komunikasi Anwar Arifin. Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan metode kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah wawancara mendalam kepada narasumber dan melakukan pengumpulan data.

Hasil penelitian ini membahas mengenai tahap strategi komunikasi seperti mengenal situasi khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode dan menyeleksi media, dengan demikian peneliti memperoleh gambaran mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT. Tren Data Indonesia dalam acara JAMMPIRO#2.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi untuk membentuk *brand awareness* yang dilakukan PT. Tren Data Indonesia seperti mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode dan menyeleksi media dalam acara JAMMPIRO#2 sudah disiapkan dan sesuai dengan teori tahap strategi komunikasi Anwar Arifin.