

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to analyze influence the effectiveness of social media ( facebook and twitter ) against guerilla marketing, events-based marketing, and implications for brand awareness with a case study kompasiana.com the study is done about 125 respondents.An instrument data collection uses a questionnaire with likert scale.Data processing in this study on the lisrel. The results showed that social media significantly influence guerilla marketing, event-based marketing and brand awareness this is indicated by t-values above 1.96. While guerilla marketing and event-based marketing have no significant effect on brand awareness this is indicated by t-values below 1.96.*

**Keywords:** media sosial, guerilla, event, awareness



## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Efektivitas Media Sosial (Facebook dan Twitter) Terhadap *Guerilla Marketing*, *Events-based Marketing*, dan Implikasinya Terhadap Brand Awareness dengan Studi Kasus Kompasiana.com Penelitian ini dilakukan terhadap 125 responden. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan program *Lisrel*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap *guerilla marketing*, *event-based marketing* dan brand *awareness* hal ini ditunjukkan oleh t-values diatas 1.96. Sedangkan *guerilla marketing* dan *event-based marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap brand *awareness* hal ini ditunjukkan oleh t-values dibawah 1.96.

**Kata Kunci :** *media sosial, guerilla, event, awareness*

