



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising*
Laila Maghvera
44312110006

Strategi *Content Marketing* pada *Social Media* Perusahaan Jasa *Virtual Office*
dalam Membentuk *Brand Awareness*
Bibliografi : 5 Bab 125 hal + Lampiran + 25 Buku + 6 Jurnal + 9 Internet

ABSTRAK

Perkembangan teknologi kini menjadi pendorong serta berperan penting bagi para pelaku usaha. Pemilihan media yang tepat saat ini adalah media yang mampu berinteraksi secara langsung, salah satu contohnya yaitu media sosial. Kemajuan dunia digital komunikasi yang berasal dari bertambahnya jumlah pengguna internet, menyebabkan persaingan pasar semakin ketat. Dengan kondisi seperti itu, tentunya membuat berbagai perusahaan yang ingin mengenalkan produknya melakukan sebuah perencanaan. Perencanaan itu meliputi sebuah strategi yang dapat membuat produknya menjadi lebih cepat dikenal dan memiliki tingkat kesadaran merk (*brand awareness*) yang tinggi. Salah satu strategi yang dapat dilakukan perusahaan adalah strategi *content marketing*. Strategi ini tanpa disadari telah dilakukan langsung oleh Safetama sebuah perusahaan jasa *virtual office*.

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui kegiatan strategi *content marketing* pada *social media* perusahaan jasa *virtual office* dalam membentuk *brand awareness*. Penelitian ini dilakukan melalui media sosial Instagram dengan menggunakan teori tahapan *content marketing* 4P milik Pam Didner.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus yaitu dengan menganalisis fenomena yang sedang terjadi kemudian membandingkan teori yang sudah ada dengan hasil wawancara mendalam dan observasi lapangan.

Hasil yang dicapai pada penelitian ini adalah sebuah strategi pemasaran baru menggunakan *content marketing* dalam memasarkan produk jasa layanan *virtual office* melalui *social media* yang dapat mempermudah proses bisnis yang terjadi. Promosinya melalui media sosial Instagram dengan tujuan membentuk *brand awareness*. Dengan dibuat konsep pemasaran yang dikembangkan melalui strategi *content marketing* alur komunikasi yang terjalin antara perusahaan dan konsumen bisa lebih baik terutama dalam upaya meningkatkan penjualan produk.

Kata Kunci: Strategi *Content Marketing*, *Social Media*, Instagram, *Brand Awareness*.



University of Mercu Buana
Faculty of Communication
Field of Marketing Communication & Advertising
Laila Maghvera
44312110006

Content Marketing Strategy on Social Media Virtual Office Services Company in Forming Brand Awareness

Bibliography: 5 Chapters 125 things + Attachments + 25 Books + 6 Journals + 9 Internet

ABSTRACT

The development of technology is now a driving force and an important role for business people. Selection of the right media at this time is media that is able to interact directly, one example of which is social media. The progress of the digital communication world that comes from the increasing number of internet users, has caused increasingly fierce market competition. With such conditions, of course, make a variety of companies that want to introduce their products to do a plan. Planning includes a strategy that can make its products more quickly known and have a high level of brand awareness. One strategy that companies can do is content marketing strategy. This strategy was unwittingly carried out directly by Safetama, a virtual office service company.

The purpose of this study is to find out the content marketing strategy activities on social media virtual office service companies in shaping brand awareness. This research was conducted through Instagram social media using the theory of Pam Didner's 4P content marketing stage.

The research method used is a case study that is by analyzing the phenomenon that is happening then comparing existing theories with the results of in-depth interviews and field observations.

The results achieved in this study are a new marketing strategy using content marketing in marketing virtual office service products through social media that can simplify the business processes that occur. Promote it through Instagram social media with the aim of forming brand awareness. By creating a marketing concept developed through a content marketing strategy the flow of communication that exists between companies and consumers can be better, especially in an effort to increase product sales.

Keywords: Content Marketing Strategy, Social Media, Instagram, Brand Awareness.