

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication
Sinta Ekawati
44316110026

Analisis *Digital Marketing* dalam Membangun *Brand Awareness* oleh PT. Dapur Berry Indonesia (Berrykitchen)
Bibliografi : 5 Bab 76 hal + Lampiran + 23 Buku + 5 Internet

ABSTRAK

Banyaknya kemudahan dan fungsi dalam penggunaan media digital, mendorong banyak pengusaha dalam membuat usaha dalam bidang *Food and Beverage* untuk ikut serta dalam memanfaatkan fasilitas media digital sebagai sarana promosi, *marketing*, dan *branding* produk dan jasanya. Berrykitchen merupakan salah satu merek atau nama baru dalam layanan *catering* berkonsep *online*. Tingkat *brand awareness* yang sangat tinggi tentu menjadi aspek yang sangat penting bagi kelangsungan sebuah merek. Dalam meningkatkan *brand awareness* (kesadaran merek), Berrykitchen menggunakan digital marketing melalui *platform website* maupun media sosial.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis *digital marketing* pada Berrykitchen dalam membangun *brand awareness*.

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif-kualitatif dengan teknik analisis data, yaitu melakukan wawancara yang diperoleh dari beberapa sumber dan pengumpulan data Berrykitchen.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan dan diolah oleh penulis, maka dapat diketahui, ada beberapa tahapan aktivitas dan strategi *digital marketing* yang dilakukan oleh Berrykitchen, yang bertujuan untuk membangun *brand awareness* (kesadaran merek) di benak konsumen.

Kata kunci : *Digital Marketing, New Media, Brand Awareness*