



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication & Advertising
Kevin Thomas
44317120017

Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Kesadaran Merek Pelanggan
Melalui Survey Followers Instagram Sevenads Indonesia
Bibliografi : 5 Bab 93 hal + Lampiran + 35 Buku + 9 Internet

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan pada dunia digitalisasi di Indonesia, maka masyarakat banyak menggunakan internet sebagai salah satu kebutuhan dalam kehidupan masyarakat.

Sekarang ini telah banyak ditemui industri - industri jasa periklanan atau lebih dikenal dengan sebutan agency iklan, semakin banyaknya agensi maka persaingan di industri periklanan semakin ketat dan menuntut setiap agency harus memperlihatkan kekuatan mereka dalam memanfaatkan peluang yang ada khususnya dalam membangun brand awarenessnya, karena tidak dapat dipungkiri bahwa pada setiap persaingan pasti terdapat ancaman dari setiap agency iklan yang ada pada Jakarta terutama bagi SevenAds.

Setiap brand pasti memiliki sisi kelemahan dalam membangun kesadaran merek dan menghadapi persaingan industri jasa iklan yang sangat ketat, dan media sosial menjadi salah satu sebagai salah satu kebutuhan masyarakat untuk mencari sebuah informasi dan mencari kebutuhan yang di butuhkan. Instagram menjadi salah satu platform yang banyak di gunakan oleh masyarakat sebagai media promosi dan memasarkan suatu produk.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran agency iklan Sevenads pada kesadaran merek masyarakat melalui media sosial Instagram. Metode yang akan digunakan pada studi ini adalah metode kuantitatif, sedangkan untuk tipe dari penelitian ini menggunakan metode survey dengan menyebarkan kuisisioner secara online lewat Google Form kepada followers akun sosial media SevenAds Agency pada Instagram.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Kesadaran Merek, Instagram.



Mercu Buana University
Faculty Of Communication
Majoring Marketing Communication & Advertising
Kevin Thomas
44317120017

The Effect of Marketing Communication On Customer Brand Awareness
Through The Survey Followers Instagram SevenAds Indonesia
Bibliography : 5 Bab 93 Page + Attachments + 35 Book + 9 Internet

ABSTRACT

Along with the development of the digitalization world in Indonesia, many people use the internet as one of the necessities in people's lives.

Nowadays, there are many advertising service industries or better known as advertising agencies, the more agencies the competition in the advertising industry is getting tougher and requires each agency to take advantage of their strengths in taking advantage of existing opportunities, especially in building brand awareness, because it is undeniable that every competition there must be a threat from every advertising agency in Jakarta, especially for SevenAds.

Every brand must have weaknesses in building brand awareness and facing very tight competition in the advertising service industry, and social media is one of the needs of the community to find information and look for the needed needs. Instagram is one of the platforms that are widely used by the public as a media for promotion and marketing of a product.

The purpose of this study was to find out how the marketing communication of the Sevenads advertising agency on public brand awareness through Instagram social media. The method that will be used in this study is a quantitative method, while this type of research uses a survey method by distributing online questionnaires via Google Form to followers of the SevenAds Agency social media account on Instagram.

Keywords : Marketing Communication, Brand Awareness, Instagram