



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Syella Melinda
44216010039

Strategi Komunikasi Meningkatkan Brand Awareness dan Engagement PT Lion
Wings (Emeron Shampoo) Melalui Media Sosial Instagram @emeronhaircare
Jumlah Halaman: V + 85 Halaman + 9 Lampiran
Bibliografi: 5 Bab 85 Hal + 20 Buku + 7 Jurnal + 7 Internet

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini sangat pesat di lingkungan masyarakat, seperti dengan adanya media sosial. Media sosial adalah salah satu bentuk perkembangan teknologi yang dapat memberikan banyak informasi dan mampu memudahkan seseorang untuk berkomunikasi. Hal ini juga digunakan oleh PT Lion Wings untuk memanfaatkan perkembangan teknologi dengan media sosial yaitu Instagram dengan nama akun @emeronhaircare.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi PT Lion Wings khususnya Emeron Shampoo (Emeron Complete Haircare) melalui media sosial Instagramnya yaitu @emeronhaircare. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan narasumber yang bersangkutan dan menggunakan pendekatan deskriptif.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam melakukan strategi komunikasinya, Emeron memiliki tujuan untuk meningkatkan Awareness dan Engagement melalui konten-konten yang di Instagramnya @emeronhaircare sesuai dengan target khalayaknya. Hal ini, dapat dijadikan untuk daya tarik dalam meningkatkan *engagement*. Dalam hasil penelitian menggunakan teori *brand awareness* dan *brand engagement*. Dengan strategi komunikasi yang dilakukan, @emeronhaircare memiliki banyak keuntungan dari segi *followers* yang engage dan juga penjualan produk Emeron Complete Haircare di Indonesia.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Brand, Media sosial, Perusahaan, Instagram*