



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Muhammad Daffa Sabil
44319010055

Judul : Pengaruh *Buzzer* Terhadap *Brand Image* Carasun (Survei Terhadap *Followers Brand* Carasun di Instagram)

Bibliografi : 5 Bab 104 Hal + 13 Gambar + 38 Tabel + 5 Lampiran

ABSTRAK

Buzzer adalah seorang atau sekelompok orang yang memiliki peran penting dalam menyatakan atau menyuarakan suatu isu atau kepentingannya agar isu tersebut menjadi *trending* dan menjadi perbincangan dihalayak luas. Sedangkan *brand image* merupakan perspektif konsumen terhadap suatu merek atau perusahaan yang melekat pada ingatan konsumen.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh aktivitas *buzzer* terhadap *brand image brand* Carasun yang menggunakannya sebagai salah satu dari bentuk promosinya. Tinjauan pustaka yang digunakan pada penelitian ini adalah teori s-o-r, komunikasi pemasaran online, *brand activation*, *brand image*, perilaku konsumen, dan keputusan pembelian.

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan secara kuantitatif melalui survey. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 88 *followers* Instagram @carasun.id dengan teknik *simple random sampling*. Jumlah *sample* tersebut mewakili 32.764 *followers* @carasun.id yang peneliti akses pada tanggal 20 April 2022.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh antara aktivitas *buuzer* yang Carasun gunakan terhadap *brand image* Carasun walaupun pengaruhnya sedikit. Namun jika aktivitas *buzzer* yang dilakukan ditambahkan atau ditingkatkan maka terdapat pengaruh yang signifikan untuk *brand image* Carasun.

Kata Kunci: *Buzzer*, *Brand Image*, Carasun, Media Sosial, Instagram



Mercu Buana University
Faculty of Communication
Field of Study Advertising and Marketing Communication

Muhammad Daffa Sabil
44319010055

Title : The Effect of Buzzer on Carasun Brand Image (Survey of Carasun Brand Followers on Instagram)

Bibliography : 5 Chapters 104 Pages + 13 Pictures + 38 Tables + 5 Appendices

ABSTRACT

A buzzer is a person or group who has an essential role in stating or voicing an issue or interest so that the issue becomes a trending issue and a discussion with the broader audience. Meanwhile, brand image is a consumer's perspective on a brand or company attached to the consumer's memory.

The purpose of this study is to determine the effect of buzzer activity on the brand image of the Carasun brand, which uses it as a form of promotion. The literature review used in this study is the theory of s-o-r, online marketing communication, brand activation, brand image, consumer behavior, and purchasing decisions.

This research is descriptive by using a quantitative approach through surveys. Researchers distributed questionnaires to 88 Instagram followers @carasun.id with a simple random sampling technique. The number of samples represents 32,764 followers of @carasun.id, which researchers accessed on April 20, 2022.

The results of this study indicate an influence between the buzzer activities that Carasun uses on Carasun's brand image, although the effect is little. However, if the buzzer activity is added or increased, Carasun's brand image will have a significant impact.

Keywords: Buzzer, Brand Image, Carasun, Social Media, Instagram