



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Digital Advertising and Marketing Communication
Hera Andini
44315010045

Strategi Meningkatkan Brand Engagement Serta Matras Indonesia (PT.DAP)
Melalui Media Sosial Instagram Studi Kasus (@sertamattressid Periode 2018)
Jumlah halaman: xi + 81 + 10 lampiran
Bibliografi: 26 acuan, tahun 2000 - 2016

ABSTRAK

PT. Duta Abadi Primantara menggunakan media sosial Instagram untuk meningkatkan *Brand Engagement* strategi yang digunakan yaitu konten dan fitur. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi brand engagement dan hambatan yang terjadi pada sosial media Instagram oleh Matras Serta Indonesia (@sertamattressid).

Peneliti menggunakan teori yang dapat mendukung penelitian ini. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi, teori komunikasi pemasaran, teori bauran pemasaran, teori komunikasi pemasaran interaktif, teori digital marketing.

Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Post-positivisme karena penelitian ini merupakan kejadian yang nyata. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan proses teknik pengumpulan data melalui wawancara dari beberapa narasumber terkait, menggunakan desain studi kasus.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang digunakan untuk meningkatkan brand engagement dan hambatan yang terjadi pada penggunaan Matras Serta Indonesia dengan menggunakan konten, fitur sebagai alat daya tarik konsumen, dan proses pelaksanaan strategi dengan penentuan target audience, pembuatan editorial plan, dan pembuatan konten dengan pesan informatif yang kreatif. Serta interaksi dua arah dengan konsumen, selalu merespon, menanggapi konsumennya dengan baik dan positif agar terciptanya engagement yang aktif sesuai dengan objektif.