



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Marketing Communication & Advertising

Pamela Olivia

44313010008

**Analisis *Brand Engagement* oleh Museum Nasional melalui Media Sosial Facebook untuk Menjalin Hubungan dengan Pengunjung periode 2016**

Jumlah Halaman : 69 Halaman + 5 Bab + 20 Buku + 3 Artikel Internet + Daftar Pustaka (2003-2013)

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi komunikasi sekarang ini, banyak media komunikasi bukan lagi merupakan pusat informasi, informasi diberikan dan dipublikasikan dengan satu arah, kini menjadi lebih interaktif. Media sosial adalah salah satu media komunikasi di era terakhir ini yang disukai oleh para komunikasi saat ini. Dan Museum Nasional sebagai salah satu perusahaan memilih media sosial Facebook sebagai salah satu media komunikasi kepada pengunjunnya dengan tujuan untuk membangun *brand engagement* demi menjalin hubungan dengan pengunjung terhadap brand.

Berdasarkan konsep membangun *engagement* di media sosial menurut Dave Evans dan Jake Mckee yaitu membahas mengenai penggabungan berupa *Content, Monitoring, Respond, Amplify, dan Lead*.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan mendetail tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan subjek penelitian. Penelitian ini akan mengungkapkan tentang konsep pemanfaatan sebuah media sosial Facebook.

Hasil dari penelitian ini adalah pemaparan mengenai konsep dari Dave Evans dan Jake Mckee yang dituangkan melalui media sosial Facebook yang dikemas untuk membangun *brand engagement* demi tujuan menjalin hubungan dengan pengunjunnya.