



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Jola Magdalena
44210110053

Implementasi www.executivecentre.com pada Brand Awareness The Executive Centre Indonesia (periode Januari 2015 – Juni 2015)
Jumlah Halaman : 77 halaman + 5 bab + 15 buku

ABSTRAK

Website merupakan media komunikasi yang sangat populer. Website dapat membantu seorang humas melewati batas penghalangan dan langsung menyampaikan pesan-pesan yang akan diinformasikan pada publik internet, mampu mengatasi hambatan jarak dan waktu. Informasi-informasi yang bisa diperoleh melalui website bersifat *real-time*.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana The Executive Centre Indonesia menggunakan website sebagai media untuk meningkatkan *brand awareness*.

Pada tinjauan pustaka peneliti membahas mengenai pengertian-pengertian yang menjadi dasar dari penelitian ini, meliputi pengertian komunikasi online, public relations, marketing PR, website serta teori media baru oleh Mark Poster.

Dalam metodologi penelitian, tipe penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah deskriptif. Subyek penelitian yang digunakan berjumlah 4 orang. Data di peroleh dengan cara melakukan wawancara mendalam kepada ke empat narasumber.

Hasil analisis terhadap proses penelitian implementasi website The Executive Centre dan *Brand Awareness* menunjukkan terdapat banyak sektor yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan oleh The Executive Centre untuk tercapainya perbaikan *brand awareness* masyarakat dan sektor yang sudah dilakukan dengan baik dapat dipertahankan dan ditingkatkan.