



## RINGKASAN

**NAMIRA CHOSYATILLA.** 2021. Peran *Social Media Marketing* dalam Meningkatkan *Brand Awareness* di Vision Plus. *The Role of The Social Media Marketing in Improving Brand Awareness at Vision Plus*. Program Studi Komunikasi. Sekolah Vokasi IPB. Dibimbing oleh GURUH RAMDANI

Perusahaan perlu meningkatkan dan memberikan perubahan di berbagai sistem pemasaran akibat dari perkembangan yang pesat dalam bidang teknologi. Sistem pemasaran tradisional menuju digital merupakan salah satu keputusan yang baik dan efektif bagi perusahaan dalam mempromosikan produk. Seseorang yang melakukan pemasaran atau mempromosikan produk melalui media sosial disebut *social media marketing*, yaitu suatu bentuk pemasaran produk, jasa, *brand* atau isu dengan memanfaatkan media sosial dengan target market khalayak yang berpartisipasi di media sosial tersebut.

Penulisan laporan akhir ini bertujuan untuk membahas peran *social media marketing* di Vision Plus, menjelaskan proses pengelolaan media sosial di Vision Plus, serta menjelaskan hambatan dan solusi yang dialami oleh *social media marketing*. Lokasi pengumpulan data untuk penulisan Laporan Akhir ini dilakukan pada saat Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Vision Plus yang berlokasi di MNC Tower Lt.7 Jl. Kebon Sirih Kav. 17-19 Kebon Sirih, Menteng, Jakarta Pusat, DKI Jakarta. Waktu pengumpulan data dilaksanakan selama dua bulan yaitu tanggal 15 Maret sampai dengan 15 Mei 2021 divisi *Social Media Marketing*.

Data yang digunakan untuk menyusun laporan tugas akhir ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi secara langsung, wawancara, partisipasi aktif dalam pengelolaan media sosial di Vision Plus, dan studi Pustaka dengan membaca buku referensi yang berkaitan dengan laporan tugas akhir.

Vision Plus merupakan layanan *mobile streaming application TV* dan Video On Demand (VOD) milik MNC Group yang memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk perusahaan. *Social Media Marketing* di Vision Plus memiliki peran penting dalam proses pengelolaan media sosial perusahaan dari mulai membuat jadwal konten, meng-*upload* konten dan membuat *caption* konten. Fungsi media sosial bagi perusahaan yaitu untuk memperkuat *brand awareness* serta membangun *personal connection* dengan para pelanggan. *Social media marketing* di Vision Plus juga harus menjadi *campaign management* yang baik untuk merekap data untuk mengetahui perkembangan *brand awareness* dan menjadi *customer service* yang berinteraksi langsung dengan konsumen dalam membangun *brand awareness*. Proses pengelolaan media sosial yang dilakukan *social media marketing* juga memiliki hambatan yang dialami. Hambatan tersebut dapat dihadapi dengan berbagai solusi sehingga proses pengelolaan sosial media perusahaan dapat berjalan dengan lancar.

Kata-kata kunci: *brand awareness, social media marketing*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.