

Analisis Penggunaan Social Media Influencer dalam Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Brand Awareness = Analysis of Social Media Influencer Usage in Digital Marketing Strategy to Gain Brand Awareness

Biocheli Nuranissa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423955&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Saat ini media baru telah berkembang pesat dan menjadi sangat dekat dengan masyarakat. Keberadaan internet dan gawai dalam berbagai jenis juga membantu perkembangan media baru. Perkembangan media baru ini juga menambah fungsi media baru. Selain untuk kepentingan komunikasi, media baru kini dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran. Hal ini tidak dilewatkan oleh para pemasar di Indonesia. Untuk meningkatkan brand awareness ataupun memperluas pangsa pasar, media baru dapat menjadi salah satu pilihan alat promosi yang tepat. UNIQLO, brand yang baru menginjak pasar Indonesia tahun lalu, memanfaatkan digital marketing dalam kampanyenya untuk memperoleh brand awareness. Salah satu caranya adalah dengan menggunakan jasa Social Media Influencer untuk berpartisipasi dalam kampanyenya dengan mem-buzz brand Uniqlo di media sosial.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis menggunakan konsep word-of-mouth dan opinion leader untuk membahas fenomena influencer pada strategi pemasaran. Penulis memberikan judul Analisis Penggunaan Social Media Influencer dalam Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Brand Awareness (Studi Terhadap Kampanye Peluncuran Produk UNIQLO) untuk karya tulis ini, dengan tujuan mengetahui efektivitas penggunaan social media influencer dalam strategi pemasaran digital UNIQLO.

ABSTRACT

In this era, new media has developed and become very popular amongst people. Internet and gadgets help the development of new media. This development adds more functions for social media. Aside for socializing, new media now can be used as marketing tools. Being aware of this trend, UNIQLO's marketing team uses the new media as part of their marketing tools. UNIQLO, which relatively is a new brand in Indonesia, adds digital marketing to their campaign strategy in order to gain brand awareness through the use of social media influencers. UNIQLO hires them to join UNIQLO's new product campaign in social media.

Based on this background, the author uses the concept of word-of-mouth and opinion leader to discuss the social media influencer, or buzzer, phenomenon. The author uses the title 'Analysis of Social Media Influencer Usage in Digital Marketing Strategy for Gain Brand Awareness' for this paper, in order to know the effectiveness of using social media influencer in UNIQLO's digital marketing strategy.