

ABSTRACT
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS RADAR LAMPUNG ONLINE

By
M. Daniel Pratama

Public awareness of the importance of the digital world continues to increase every year. Online media is one of the main sources of information for the public. This creates great opportunities for corporate media. The increasing need also arises with the growth of the number of print and online media as providers of facilities. This has led to the emergence of many media to get visitors. One way to be able to compete in this competition is to create effective and creative marketing communications. The importance of marketing communication for press institutions is used as a means to build the image of the press institution and also attract the interest of the public, so in this case Radar Lampung Online is required to have an effective marketing communication strategy to increase brand awareness among the public. In addition to building brand awareness, another goal is to increase brand consumer engagement towards the brand to achieve all these goals, a fairly effective and modern approach is needed, consumers as the key to knowing their hearts and behavior.

The target audience who lives in the digitalization era has different behavior in capturing communication messages. Therefore, the author creates a marketing message with a discussion package about communication activities in conveying messages through an integrated communication channel network, and organizes these communication activities with the aim of producing an impact on individuals in large numbers, and or community groups according to the target to be achieved, in a certain period of time.

This concept is often known as the Marketing Communication Strategy. The Marketing Communication Strategy is then used as a marketing communication medium created to build brand awareness. The formation of a brand image or company image can be carried out by companies or individuals as a step to

compete and excel over other competitors. It is very important because without a good and positive image, the company will not last long, besides that the product will also be difficult to recognize or accept by consumers, especially new consumers.

Keywords: Brand awareness, marketing communication, communication strategy

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS RADAR LAMPUNG ONLINE*

Oleh

M. Daniel Pratama

Kesadaran Masyarakat akan pentingnya dunia digital terus meningkat setiap tahunnya. Media online menjadi salah satu sumber informasi utama bagi masyarakat. Hal ini menciptakan peluang besar bagi perusahaan media. Kebutuhan yang semakin meningkat juga diiringi dengan pertumbuhan jumlah media cetak maupun online sebagai penyedia fasilitas. Hal ini menyebabkan timbulnya kompetisi diantara banyaknya media untuk mendapatkan pengunjung. Salah satu cara untuk dapat bersaing dalam kompetisi ini adalah dengan menciptakan komunikasi pemasaran yang efektif dan kreatif.

Pentingnya komunikasi pemasaran bagi lembaga pers digunakan sebagai sarana untuk membangun citra lembaga pers dan juga menarik minat khalayak, sehingga dalam hal ini Radar Lampung Online dituntut untuk memiliki strategi komunikasi pemasaran yang efektif guna meningkatkan brand awareness di tengah khalayak. Selain membangun brand awareness tujuan lainnya adalah untuk meningkatkan brand consumer engagement terhadap brand untuk mencapai semua tujuan tersebut dibutuhkan pendekatan yang cukup efektif dan modern, konsumen sebagai kunci untuk mengetahui isi hati dan perilaku mereka.

Target audience yang hidup di era digitalisasi mempunyai perilaku yang berbeda dalam menangkap pesan komunikasi. Maka dari itu penulis menciptakan pesan pemasaran dengan kemasan pembahasan tentang aktivitas komunikasi dalam menyampaikan pesan melalui jaringan saluran komunikasi secara terpadu, dan mengorganisir aktivitas komunikasi tersebut dengan tujuan menghasilkan dampak pada individu-individu dalam jumlah besar, dan atau kelompok masyarakat sesuai target yang ingin dicapai, pada kurun waktu tertentu.

Konsep ini sering dikenal dengan sebutan Strategi Komunikasi Pemasaran. Strategi Komunikasi Pemasaran kemudian digunakan sebagai medium komunikasi pemasaran yang diciptakan untuk membangun brand awareness (kesadaran merek). Pembentukan brand image atau citra perusahaan dapat dilakukan perusahaan atau individu sebagai langkah untuk bersaing dan unggul dari pesaing lainnya. Menjadi sangat amat penting karena tanpa sebuah citra yang baik dan positif, perusahaan tidak akan bertahan lama, selain itu produk juga akan sulit dikenal ataupun diterima oleh konsumen, terutama konsumen baru.

Kata kunci : Brand awareness, komunikasi pemasaran, strategi komunikasi