

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

ABSTRAK

(A) LEA APRILIA (915150092)

(B) STRATEGI *CONTENT MARKETING* UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* (STUDI KASUS VIDEO AFTERMOVIE DJAKARTA WAREHOUSE PROJECT)

(C) xiv + 59 halaman, 2019, 1 tabel, 18 gambar, 6 lampiran

(D) *PUBLIC RELATIONS*

Abstrak: Sekarang ini teknologi komunikasi dan informasi semakin berkembang, salah satunya dilihat dari munculnya media digital. Kemudahan yang diberikan oleh media digital dalam melakukan komunikasi dan memberikan informasi banyak membuat perusahaan untuk melakukan kegiatan pemasarannya melalui media digital. Salah satunya dilakukan oleh Ismaya Live dengan melakukan *content marketing* melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi *content marketing* Ismaya Live untuk membangun *brand awareness* melalui video aftermovie DWP. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode penelitian studi kasus. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Media Sosial, *Content Marketing*, *Brand Awareness*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah melalui kelima pilar yang pada video berhasil membuat video aftermovie DWP sebagai bentuk *content marketing* berhasil membangun *brand awareness* terhadap festival Djakarta Warehouse Project.

Kata kunci: *Content Marketing*, *Brand Awareness*, Media Baru

(E) DAFTAR PUSTAKA : (2002-2017) 27 Buku, 4 Sumber *Online*, 4 Jurnal *Online*

(F) (Diah Ayu Candraningrum, S.T., M.B.A., M.Si)

(G)(Nigar Pandrianto, S.Sos., M.Si)