

ABSTRAK

Bonivarius Jordi Permana (00000013889)

AKTIVITAS COPYWRITING UNTUK MEMPROMOSIKAN “KIOSBANK” DI PT DWIMITRA RAYA SEJATI DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

(xiv + 83 Halaman: 44 Gambar; Lampiran)

Kata Kunci: *Brand awareness, Copywriting, Cashless Society, Internet, Instagram.*

Perkembangan teknologi dan juga penetrasi internet yang semakin meluas di Indonesia mendorong masyarakat semakin menginginkan solusi yang dapat meningkatkan kenyamanan dan kecepatan untuk membantu hidup mereka. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya budaya hidup *cashless*. Salah satu perusahaan besar yang mengeluarkan digital payment untuk mendukung *cashless society* adalah PT Dwimitra Raya Sejati dengan produk yang dikeluarkan adalah Kios Bank yang merupakan aplikasi pembayaran keuangan pintar yang mendukung cashless dan mobile payment serta memberikan berbagai keuntungan kepada para penggunanya.

Dalam melakukan promosi Kiosbank pada media sosial Instagram, PT Dwimitra Raya Sejati menggunakan tiga jenis konsep yaitu, pertama adalah pembuatan headline, kedua adalah pembuatan artikel, ketiga adalah pembuatan *caption*. Dalam *copywriting headline* terdapat tujuh macam cara untuk menulis headline yang dilakukan dalam membuat headline Kiosbank yaitu: *direct headline, indirect headline, news headline, how to headline, question headline, command headline, the reason why headline*. Unsur – unsur *brand awareness* yang ada dalam konten Instagram yang dibuat adalah penempatan logo Kiosbank yang selalu sama pada setiap unggahan di pojok kiri atas. Selain itu juga PT Dwimitra Raya Sejati kerap menggunakan foto dari aplikasi Kiosbank di unggahan – unggahan Instagram.

Refrensi: 28 (2004 – 2020)

ABSTRACT

Bonivarius Jordi Permana (00000013889)

COPYWRITING ACTIVITY ON DWIMITRA RAYA SEJATI TO PROMOTE KIOSBANK BRAND AWARENESS

(xiv + 83 Pages: 44 Pictures; Attachments)

Key Words: Brand awareness, Copywriting, Cashless Society, Internet, Instagram.

The development of technology also the increasingly widespread internet penetration in Indonesia has encouraged people to increasingly want solutions that can increase comfort and speed to help their lives. This is evidenced by the increasing culture of cashless life. One of the major companies that issue digital payments to support cashless society is Dwimitra Raya Sejati, with the product being issued is Kios Bank, which is a smart financial payment application that supports cashless and mobile payments and provides various benefits to its users.

In promoting Kiosbank on social media Instagram, Dwimitra Raya Sejati used three types of concept. First is making headlines, second is making articles, third is making captions. In headline copywriting, there are seven ways to write headlines that are done in making Kiosbank headlines, namely: direct headlines, indirect headlines, news headlines, how to headlines, question headlines, command headlines, the reason why headlines. The elements of brand awareness contained in the Instagram content created are the placement of the Kiosbank logo which is always the same in every upload in the top left hand corner. In addition, Dwimitra Raya Sejati often uses photos from the Kiosbank application on Instagram uploads.

References: 28 (2004 – 2020)