

ABSTRAK

Steffanny (01041170028)

AKTIVITAS *BRAND COMMUNICATION* PT AQUAVUE VISION INTERNATIONAL PADA INSTAGRAM @holicatid.

(xiv + 121 halaman: 38 gambar, 3 tabel: 11 lampiran)

Kata kunci: komunikasi pemasaran, *brand communication*, media sosial, Instagram, *social media marketing*

Brand Communication penting bagi suatu perusahaan di tengah persaingan yang semakin ketat ini, dan juga masyarakat yang semakin dinamis. *Brand communications* menjadi suatu strategi komunikasi bagi perusahaan dalam membangun merek tertentu sehingga tujuan magang untuk mempelajari dan mempraktekkan aktivitas *brand communications* PT Aquavue Vision International (AVI). Perusahaan ini mengembangkan B2B (*business to business*) dengan kategori bisnis distributor. Salah satu merek yang didistribusikan oleh PT AVI adalah Holicat Indonesia. PT AVI berupaya berupaya mengkomunikasikan Holicat melalui Instagram @holicatid.

Kegiatan *brand communications* yang dilakukan oleh PT AVI adalah dengan: a) *brand activation* melalui *social media activation*, *marketing event*, *sponsorship*, dan *promotions*; b) *brand visualizations* dengan logo, nama produk, warna, dan tulisan. *Social media marketing* juga mendukung aktivitas *brand communication* Holicat dalam mengkomunikasikan mereknya dengan *social media maintenance*, *social media endorsement*, dan *social media activation*. Aktivitas diatas dilakukan sebagai salah satu upaya perusahaan untuk berkomunikasi. Secara keseluruhan, PT Aquavue Vision International berhasil menggunakan *brand communications* sebagai salah satu cara untuk mengkomunikasikan dan mengembangkan mereknya secara online, dimana PT AVI memanfaatkan Instagram sebagai medianya.

Referensi: 41 (1995 – 2019)

ABSTRACT

Steffanny (01041170028)

AKTIVITAS BRAND COMMUNICATION PT AQUAVUE VISION INTERNATIONAL PADA INSTAGRAM @holicatid.

(xiv + 121 pages: 38 pictures, 3 table: 11 attachments)

Keywords: komunikasi pemasaran, *brand communication*, media sosial, Instagram, *social media marketing*

Brand Communication is important for a company in the midst of this increasingly fierce competition, as well as an increasingly dynamic society. Brand communications become a communication strategy for companies in building certain brands so that the purpose of the internship is to learn and practice PT Aquavue Vision International's brand communications activities. This company develops B2B (business to business) with the category of distributor. One of the brands distributed by PT AVI is Holicat Indonesia. PT AVI tries to communicate Holicat through Instagram @holicatid

Brand communications activities carried out by PT AVI are with a) brand activation through social media activation, marketing events, sponsorship, and promotions; b) brand visualizations with logos, product names, colors, and writing. Social media marketing also supports Holicat's brand communication activities in communicating its brand with social media maintenance, social media endorsement, and social media activation. The above activity is carried out as one of the company's efforts to communicate. Overall, PT Aquavue Vision International has succeeded in using brand communications as a way to communicate and develop its brand online, where PT AVI uses Instagram as its medium.

Reference: 41 (1995 – 2019)