

ABSTRAK

Michael Utama Harto Karjono (01033180039)

ANALISIS IMPLEMENTASI *CONTENT MARKETING* MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN FACEBOOK UNTUK MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PADA SIXPACK BREADTOLOGY

Skripsi, Fakultas Sains dan Teknologi (2022)

(xiv+79 halaman; 35 gambar; 3 tabel; 4 lampiran)

Pandemi COVID-19 tentu memiliki dampak dimana salah satunya berupa pergeseran pola hidup manusia. Pergeseran pola hidup ini juga berdampak pada kegiatan jual beli saat ini yang dapat dilakukan secara *online* melalui media sosial tentu membutuhkan pemasaran yang baik. Pemasaran pada media sosial pasti memiliki konten yang dipublikasikan sebagai bahan pemasaran. Salah satu perusahaan yang menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya adalah Sixpack Breadtology. Sixpack Breadtology merupakan UMKM yang bergerak pada bidang pembuatan roti dan kue di Kota Semarang. Sixpack Breadtology belum memiliki perencanaan konten yang baik yang mengakibatkan *brand awareness* perusahaan kurang baik, maka langkah *content marketing* dapat menjadi pendekatan yang baik untuk menyelesaikan masalah tersebut. Tujuan penelitian ini adalah membangun *brand awareness* perusahaan, membuat konten pemasaran yang baik berdasarkan langkah *content marketing*, dan mengetahui media sosial terbaik dalam pembentukan *brand awareness* perusahaan. Data yang dibutuhkan untuk membuat konten didapatkan melalui wawancara kepada pemilik perusahaan Sixpack Breadtology. Terdapat dua format konten yang dibuat yaitu format foto dan video. Konten yang telah dibuat, didistribusikan secara organik pada akun media sosial Sixpack Breadtology (Instagram dan Facebook) serta didistribusikan dalam iklan melalui *Facebook Ads Manager*. Pengukuran pembangunan *brand awareness* dilakukan berdasarkan data yang diperoleh dari *Facebook Ads Manager*. Pemilihan media sosial terbaik untuk setiap format konten dilakukan berdasarkan data yang diperoleh dari *Facebook Ads Manager*. Langkah *content marketing* dengan distribusi melalui *Facebook Ads Manager* berhasil membangun *brand awareness* perusahaan Sixpack Breadtology ke 29.190 orang. Dari hasil yang diperoleh juga diketahui bahwa untuk membangun *brand awareness* melalui iklan, pemuatan konten dengan format foto lebih baik dilakukan ke Instagram sedangkan pemuatan konten dengan format video lebih baik dilakukan ke media sosial Facebook.

Kata Kunci : pemasaran, *brand awareness*, *content marketing*, distribusi.

Referensi : 39 (2006-2021)

ABSTRACT

Michael Hutama Harto Karjono (01033180039)

ANALYSIS OF CONTENT MARKETING IMPLEMENTATION THROUGH FACEBOOK AND INSTAGRAM TO BUILD BRAND AWARENESS ON SIXPACK BREADTOLOGY

Thesis, Faculty of Science and Technology (2022)

(xiv+79 pages; 35 figures; 3 tables; 4 appendices)

The COVID-19 pandemic surely has an effect to human lives and one of them is the shift of living pattern. This shift of pattern also affects the buying and selling process in human lives. Nowadays, transactions can be done online through social media. The online buying and selling process through social media certainly needs great marketing efforts. Every social media marketing is tightly bond with the content that is posted online. One of the companies that only use social media to market their products is Sixpack Breadtology. Sixpack Breadtology is a small company that manufactures bread and cakes. Sixpack Breadtology doesn't have good planning behind the social media content that will be made therefore doesn't have good brand awareness. Those are the main reasons that content marketing steps are used as an approach to solve those problems. This research's main purposes are to build Sixpack Breadtology's brand awareness, to make content based on the content marketing steps, and to know the best social medias to build company's brand awareness. Data that will be needed to create the contents will be obtained through interview. There are two formats of content that will be made, photo and video. Contents that have been made through the content marketing steps will be distributed organically via Sixpack Breadtology's Instagram and Facebook accounts and will be distributed in advertisements via Facebook Ads Manager. The measurement of the brand awareness-building process will be based on data provided by Facebook Ads Manager. The best social media to distribute different types of content formats will be analyzed based on data provided by Facebook Ads Manager. Content marketing steps successfully built Sixpack Breadtology brand awareness to 29.190 people. From the data, we also see that the best social media to distribute photos as advertisements to build brand awareness is Instagram. We can also see that the best social media to distribute videos as advertisements to build brand awareness is Facebook.

Keywords: marketing, brand awareness, content marketing, distribution.

Reference: 39 (2006-2021)