



INTISARI

Tujuan dari penelitian tugas akhir ini adalah untuk mengidentifikasi program-program yang dilakukan oleh Great Digital Media dalam meningkatkan kesadaran merek Sorcha sebagai kliennya. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keingintahuan penulis akan cara Great Digital Media sebagai agen digital dapat membantu meningkatkan kesadaran merek pada Sorcha. Metode perolehan data didapatkan melalui studi lapangan dan studi pustaka. Penulis mengadakan studi lapangan pada saat magang, dengan melakukan wawancara bersama pemilik Great Digital Media. Pada kegiatan wawancara, penulis memperoleh data dalam bentuk rekaman suara, catatan personal, serta dokumen dan berkas Great Digital Media untuk mendukung proses penelitian. Sedangkan pada studi pustaka, penulis memperoleh data dengan menelusuri dan mengulas buku, jurnal, situs web. Data yang didapatkan dikelompokkan secara objektif dan disajikan secara detail dalam deskripsi menggunakan Bahasa Inggris dengan dukungan grafik, tabel, dan gambar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kesadaran merek Sorcha, Great Digital Media mengadakan *endorsement* dengan *influencers* Instagram, menjalin kolaborasi dengan akun-akun kecantikan di Instagram, mengelola akun sosial media dan *e-commerce* Sorcha, dan memasang iklan di sosial media. Program-program tersebut memengaruhi kesadaran merek Sorcha yang dapat dilihat melalui perkembangan *followers/fans* dan *engagement* yang ada di akun sosial media milik Sorcha.

Kata kunci: agen digital, kesadaran merek, endorsement, akun kolaborasi, pengelolaan sosial media.



ABSTRACT

The aim of this final paper is to identify programs undertaken by Great Digital Media in an effort of increasing Sorcha's brand awareness as its client. This research is motivated by the author's curiosity on how Great Digital Media as a digital agency able to help increasing Sorcha's brand awareness. The method of collecting data was through field study and library study. The author conducted the field study during his internship, by conducting interviews with the owner of Great Digital Media. During the interviews, the author collected data in the form of sound recording, personal notes, as well as the documents and files of Great Digital Media to support this research process. Meanwhile in library study, the author collected data by researching books, journals, and websites. The collected data were categorized based on the objectives and presented in detail description using English, with graphics, table, and pictures to support it. The result shows that to increase Sorcha's brand awareness, Great Digital Media held endorsement with Instagram influencers, collaborated with beauty and makeup accounts on Instagram, managed Sorcha's social media and e-commerce accounts, and placed ads on social media. These programs influenced Sorcha's brand awareness which can be seen from the development of followers/fans and engagements in Sorcha's social media accounts.

Keywords: digital agency, brand awareness, endorsement, account collaboration, social media management.