



ABSTRAK

Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi dari Arkadia Digital Media dalam meningkatkan kesadaran merek dari Matamata.com melalui media sosial. Selain itu, tugas akhir ini juga menunjukkan hasil dari strategi yang dilakukan oleh Arkadia Digital Media dalam meningkatkan kesadaran merek dari Matamata.com melalui media sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode penelitian kualitatif yang berfokus pada studi lapangan dan studi pustaka. Studi lapangan dilakukan melalui observasi langsung pada masa magang terhitung dari 14 Januari sampai 20 Maret 2020, dan melakukan wawancara dengan Rendy Adrikni Sadikin sebagai Kepala Biro Arkadia Digital Media Yogyakarta, Elga Maulina Putri sebagai *Social Media Officer*, Tin Warotul Fatonah sebagai Editor Matamata.com. Studi pustaka dilakukan dengan melakukan penelitian perpustakaan. Strategi yang dilakukan oleh Arkadia Digital Media dalam meningkatkan kesadaran merek dari Matamata.com melalui media sosial meliputi konten yang bervariasi, mengadakan sesi live di media sosial, mempertahankan konsistensi logo Matamata.com, konsistensi dalam waktu posting, dan mengadakan acara di media sosial. Hasil dari strategi tersebut terjadi peningkatan yang dapat dilihat dari engagement Matamata.com yang dapat dilihat melalui insight di Facebook dan Instagram serta melalui Google Analytics.

Kata Kunci: Media Sosial, Kesadaran Merek, Matamata.com, Arkadia Digital Media



ABSTRACT

This Graduating Paper aims to find out the strategies of Arkadia Digital Media on increasing Matamata.com's brand awareness through social media. In addition, this graduating paper also shows the results of the strategies that carried out by Arkadia Digital Media on increasing Matamata.com's brand awareness through social media. The research method used is qualitative research method that focuses on field study and library study. The field study was carried out through direct observation during the internship period from January 14th to March 20th 2020, and conducting interviews with Rendy Adrikni Sadikin as The Chief of Operational in Arkadia Digital Media Yogyakarta, Elga Maulina Putri as Social Media Officer, Tin Warotul Fatonah as Editor of Matamata.com. The library study was conducted by doing library research. The strategies undertaken by Arkadia Digital Media on increasing brand awareness from Matamata.com through social media includes variety of content, holding live section on social media, maintaining the consistency of the Matamata.com logo, consistency in posting time, and holding events on social media. The results of this strategy show that Matamata.com engagement is increasing which can be seen through insight on Facebook and Instagram and through Google Analytics.

Keywords: Social Media, Brand Awareness, Matamata.com, Arkadia Digital Media