

ABSTRAK

Social media marketing communication kini banyak digunakan sebagai sarana untuk terlibat atau berinteraksi dengan konsumen maupun calon konsumen dalam rangka membangun *brand awareness*. Namun, penggunaan *social media marketing communication* untuk membangun *brand awareness* bukanlah hal yang mudah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor dalam *social media marketing communication* yang dapat membangun *brand awareness* BLP Beauty serta mengidentifikasi faktor yang memiliki pengaruh paling signifikan dalam membangun *brand awareness* BLP Beauty. *Social media marketing communication* menjadi teori utama untuk menganalisis faktor-faktor pembentuk *brand awareness* BLP Beauty. Metode yang digunakan yaitu survei *online* pada 204 sampel yang merupakan *followers* akun Instagram BLP Beauty, agar mendapatkan wawasan yang lebih cepat, tepat dan efisien mengenai faktor pembentuk *brand awareness* BLP Beauty. Hasil analisis regresi linear sederhana dan berganda menunjukkan bahwa *brand exposure*, *customer engagement*, dan *electronic word of mouth* merupakan faktor-faktor yang berpengaruh positif pada *brand awareness* BLP Beauty, baik secara parsial maupun simultan. *Customer engagement* menjadi faktor dalam *social media marketing communication* yang memiliki pengaruh paling signifikan pada *brand awareness* BLP Beauty karena terdapat dimensi *content engagement*, *media engagement*, dan *engagement marketing activities* yang memungkinkan perusahaan membangun hubungan yang dekat dengan audiens melalui komunikasi dua arah, kesempatan untuk berbagi konten, mendorong partisipasi dan menjadikan audiens bagian dari aktivitas komunikasi pemasaran.

Kata kunci: *Social Media Marketing Communication, Brand Awareness, Customer Engagement, Electronic Word of Mouth*

ABSTRACT

Social media marketing communication is now widely used as a means to engage or interact with consumers and potential customers in order to build brand awareness. However, using social media marketing communication to build brand awareness is not an easy thing. This study aims to determine the influence of factors in social media marketing communication that can build brand awareness BLP Beauty and identify factors that have the most significant influence in building brand awareness BLP Beauty. Social media marketing communication is the main theory to analyze the factors that shape brand awareness BLP Beauty's. The method used is online survey on 204 samples who are followers of the BLP Beauty Instagram account, in order to get faster, more precise and efficient insights about the factors that form brand awareness BLP Beauty's. The results of simple and multiple linear regression analysis show that brand exposure, customer engagement, and electronic word of mouth are factors that have a positive effect on brand awareness BLP Beauty's, either partial or simultaneous. Customer engagement is a factor in social media marketing communication that has the most significant influence on brand awareness BLP Beauty because there are dimensions of content engagement, media engagement, and engagement marketing activities that allow The company builds close relationships with audiences through two-way communication, opportunities to share content, encourages participation and makes audiences part of marketing communications activities.

Keyword: *Social Media Marketing Communication, Brand Awareness, Customer Engagement, Electronic Word of Mouth*