



ABSTRAK

Penulisan laporan akhir ini bertujuan untuk mendeskripsikan profil Konner Advisory Indonesia sebagai salah satu *digital branding* di Indonesia. Selain itu, tugas akhir ini bertujuan untuk menjelaskan strategi Konner Advisory dalam membangun *brand image* untuk CSR PT Pertamina dan juga dampak dari membangun *brand image* terhadap *social media engagement* perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan fokus studi lapangan dan studi pustaka. Studi lapangan dilakukan melalui observasi langsung selama program magang dimulai dari tanggal 7 Januari hingga 7 April 2021 dengan melakukan wawancara dengan beberapa karyawan Konner Advisory Indonesia dan memperoleh beberapa data dari tim media sosial, sedangkan studi pustaka dilakukan untuk mendapatkan teori dan referensi terkait brand image dan media sosial dari beberapa sumber seperti buku, *e-journal*, dan artikel. Karena Konner Advisory Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang *digital media advisor*, Konner Advisory Indonesia memiliki strategi sendiri untuk membangun brand image dari brand klien, yaitu mengetahui tujuan, pencarian fakta, perencanaan, dan pemantauan langsung terhadap unggahan konten.

Keywords: image building, pertamina csr, media sosial



ABSTRACT

This final paper aims to describe the profile of Konner Advisory Indonesia as one of digital branding in Indonesia. In addition, this final paper aims to explain the strategy of Konner Advisory in building brand image for CSR PT Pertamina and the impacts of building a brand image on the company's social media engagement. The research method used is qualitative method focusing on field study and literature study. The field study was carried out through direct observation during the internship program starting from 7 January until 7 April 2021 by conducting interviews with several Konner Advisory Indonesia's employees and obtaining some data from the Social Media team, while literature study was conducted to gain theories and references related to brand image and social media from several sources such as books, e-journals, and articles. Since Konner Advisory Indonesia is a company engaged in digital media advisor, Konner Advisory Indonesia has own strategies to build the brand image of the client's brand, they are knowing the goals, fact-finding, planning, and direct monitoring of content uploads.

Kata Kunci: *image building, pertamina csr, social media.*