

ABSTRAK
EFEKTIVITAS PESAN KONTEN VISUAL INSTAGRAM ADORABLE PROJECTS
SEBAGAI PENCAPAIAN BRAND AWARENESS DENGAN METODE CUSTOMER
RESPONSE INDEX

Septaria Yokanama. Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia.
Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana efektivitas pesan konten visual Instagram adorable projects sebagai pencapaian *brand awareness* dengan metode *customer response index*, dimana responden diukur dalam beberapa tingkatan yakni *awareness*, *comprehend*, *intention*, *interest* dan *action*. Teknik pengumpulan yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan metode survei dengan kuesioner dan dibagikan kepada seratus responden. Penelitian ini dikatakan efektif jika memenuhi tahapan komunikasi dan tujuan dari perusahaan tersebut. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pada tingkatan awareness dinilai cukup efektif.

Kata Kunci : Efektivitas, Instagram, Customer Response Index (CRI), Adorable Projects.

ABSTRACT

EFFECTIVENESS OF VISUAL MESSAGE CONTENT ON INSTAGRAM ADORABLE PROJECTS AS BRAND AWARENESS ACHIEVEMENT USING THE CUSTOMER RESPONSE INDEX METHOD

Septaria Yokanama. Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia.
Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

This research was conducted to find out how the effectiveness of Instagram Adorable Projects visual content messages as a brand awareness achievement with the customer response index method, where respondents are measured in several levels namely awareness, comprehend, intention, interest and action. The collection technique used in this study is the survey method with a questionnaire and distributed to one hundred respondents. This research is said to be effective if it meets the communication stages and objectives of the company. From the results of this study it can be concluded that at the level of awareness is considered quite effective.

Keywords : Effectiveness, Instagram, Customer Response Index, Adorable Projects.