

**SKRIPSI**  
**PENGARUH AKTIVITAS PROMOSI AKUN INSTAGRAM**  
**@PUBGMOBILE\_ID TERHADAP *BRAND AWARENESS***  
***PLAYER* PUBG MOBILE DI INDONESIA**



**DI SUSUN OLEH :**

**DEWI KURUTUL AINI**

**1423017177**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

**SURABAYA**

**2020**

**SKRIPSI**

**PENGARUH AKTIVITAS PROMOSI AKUN INSTAGRAM  
@PUBGMOBILE\_ID TERHADAP *BRAND AWARENESS PLAYER* PUBG  
MOBILE DI INDONESIA**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh :

Dewi Kurotul Aini

NRP. 1423017177

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA**

**2020**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Dewi Kurotul Aini

NRP : 1423017177

Program studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

**Pengaruh Aktifitas Promosi Akun Instagram @Pubgmobile\_Id Terhadap *Brand Awareness* Player Pubg Mobile Di Indonesia**

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya di cabut.

Surabaya, 18 Januari 2021

Penulis



METERAI  
TEMPEL  
0205AAHF895403484  
6000  
ENAM RIBURUPIAH

METERAI  
TEMPEL  
KA8BCAHF895403479  
6000  
ENAM RIBURUPIAH

Dewi Kurotul Aini  
NRP. 1423017177

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH AKTIVITAS PROMOSI AKUN INSTAGRAM  
@PUBGMOBILE\_ID TERHADAP *BRAND AWARENESS* PLAYER PUBG  
MOBILE DI INDONESIA**

Oleh :

Dewi Kurotul Aini

NRP. 1423017177

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Akhsaniyah, S.sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0725058704.



Pembimbing II : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN. 0725058704



Surabaya, 16 Desember 2020

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : 21 November 2020

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,  
Dean,



Yuli Nugraheni S.Sos., M.Si.

NIK. 0630077303

### Dewan Penguji:

1. Ketua : Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom. ()  
NIDN. 0715108903.
2. Sekretaris : Theresia Intan P.H., S.Sos., M.I.Kom. ()  
NIDN. 0725058704
3. Anggota : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si. ()  
NIDN. 0630077303.
4. Anggota : Akhsaniyah, S.sos., M.Med.Kom. ()  
NIDN. 0725058704.

**LEMBAR PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas  
Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Dewi Kurotul Aini

NRP : 1423017177

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikas

Menyetujui skripsi/ karya ilmiah saya

Judul : **Pengaruh Aktifitas Promosi Akun Instagram @Pubgmobile\_Id Terhadap Brand Awareness Player Pubg Mobile Di Indonesia**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 Januari 2021

Yang menyatakan,



Dewi Kurotul Aini

NRP. 1423017177

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur atas rahmat Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, selalu merahamati dan memberkahi peneliti dalam kondisi apapun yang sedang peneliti kerjakan. Terlebih saat melakukan proses pengerjaan Skripsi seperti saat ini dalam kondisi yang semua serba virtual dan terbatas. Hingga peneliti dapat merampungkan semua tugas ini. Dengan segala resiko yang ada, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan Skripsi guna memenuhi program masa studi 3,5 tahun di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Akhir kata, tiada pendukung lain selain kedua orang tua serta sanak saudara yang peneliti sayangi. Semoga Skripsi ini dapat membanggakan mereka.

***"Kita harus berarti untuk diri kita sendiri dulu sebelum kita menjadi orang yang berharga bagi orang lain."***

*- Ralph Waldo Emerson*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar. Mulai dari proses pencarian data, bimbingan, hingga penyusunan skripsi ini. Peneliti bersyukur dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “pengaruh aktifitas promosi akun instagram @pubgmobile\_id terhadap *brand awareness player* pubg mobile di Indonesia”.

Dalam proses penelitian ini, tentunya peneliti menemui banyak kendala, namun banyak bimbingan, motivasi, serta bantuan doa dari berbagai pihak. Akhirnya kendala tersebut dapat diatasi dan penelitian ini pun dapat terselesaikan. Pada kesempatan kali ini, peneliti mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua peneliti, Kajan Susanto dan Maya yang selalu menjadi alasan peneliti untuk segera menyelesaikan pendidikan jenjang strata satu ini serta berkat restu kedua orang tua peneliti pula, Allah SWT melancarkan segala kendala yang ada di hadapan peneliti. Terimakasih juga peneliti sampaikan untuk Mas Benny, yang selalu membantu dan *men-support* peneliti.
2. Ibu Akhsaniyah, S.sos., M.Med.Kom. selaku pembimbing I dalam kelas riset yang mengantarkan peneliti hingga pintu gerbang skripsi ini jadi. Terimakasih atas banyak waktu yang telah diluangkan kepada peneliti, sejak awal pencarian fenomena, hingga peneliti sangat yakin untuk melanjutkan penelitian ini ke jenjang skripsi nanti.
3. Ibu Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom. selaku pembimbing II yang selalu perhatian dalam memberikan bimbingan dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini. bimbingan rutin dengan beliau maka skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, atas segala bantuan dan ilmu yang telah dibagikan kepada peneliti selama menempuh



perkuliahan mulai semester satu hingga semester enam di Fikom UKWMS.

5. Staff Tata Usaha, Ibu Tina, Pak Jati, Bu Ida, Pak Gerson atas segala bentuk keramahan dan perhatian. Khususnya kepada Ibu Tina yang selalu peneliti hubungi untuk keperluan poin dan segala tentang berkas kekurangan akademik.
6. Serta teman Fikomers peneliti Aulia, Shania, Habel, Monce, Jennifer, Reza, Anas, Fia, Michael yang telah banyak membantu peneliti baik menjadi motivator maupun relawan terhadap penelitian ini..

Akhir kata, penulis menyadari bahwa terdapat kekurangan dalam penulisan penelitian ini. Karena itu penulis senantiasa mengharapkan adanya kritikan dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak guna menyempurnakan penulisan penelitian ini. Semoga skripsi ini berguna untuk banyak pihak.

Surabaya, 16 Desember 2020

Dewi Kurotul Aini

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR .....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM .....	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR BAGAN .....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
ABSTRAK .....	xxi
<i>ABSTRACT</i> .....	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	16
I.3 Tujuan Penelitian.....	16
I.4 Batasan Masalah.....	16
I.5 Manfaat Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
II.1 Penelitian Terdahulu.....	18
II.2 Kerangka Teori.....	24
II.2.1 Lasswell.....	24
II.2.2 Aktivitas Pomosi .....	25

II.2.2.1 Pemasaran .....	25
II.2.2.2 Promosi .....	26
II.2.2.3. Promotion Mix .....	27
II.2.3 Game Online.....	30
II.2.4 Media Massa .....	31
II.2.5 <i>Brand Awareness</i> .....	34
II.2.6. Hubungan Antara Aktivitas Pemasaran dan <i>Brand Awareness</i> .....	36
II.3 Nisbah Antar Konsep.....	38
II.4 Bagan Kerangka Konseptual.....	39
II.5 Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
III.2 Metode Penelitian.....	42
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian.....	42
III.4 Definisi Konseptual .....	43
III.4.1 Aktifitas Promosi (Promotion Mix) .....	43
III.4.2 <i>Brand Awareness</i> .....	45
III.5 Definisi Operasional .....	47
III.5.1 Variabel Independen (X): Aktivitas Promosi (promotion mix ) .....	47
III.5.2 Variabel Dependen (Y): <i>Brand Awareness</i> .....	48
III.6 Populasi dan Sampel .....	49
III.6.1. Populasi .....	50
III.6.2. Sampel.....	50
III.7 Teknik Penarikan Sampel .....	51
III.8 Teknik Pengumpulan Data .....	52

III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas .....	53
III.9.1. Uji Validitas.....	53
III.9.2. Uji Reliabilitas.....	54
III.10 Teknik Analisis Data .....	55
III.10.1 Uji Normalitas.....	58
III.10.2 Uji Linierlitas.....	58
III.10.3. Analisis Korelasi.....	59
III.10.4. Analisis Regresi.....	59
III.10.5. Uji Signifikasi Hipotesis.....	60
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	62
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	62
IV.1.1 Gambaran <i>Player</i> Game Pubg Mobile.....	62
IV.1.2 Gambaran Akun instagram @pubgmobile_id .....	63
IV.1.3. Gambaran Followers .....	64
IV.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	65
IV.2.1. Uji Validitas .....	65
IV.2.2 Uji Reliabilitas .....	67
IV.3.1 Identitas Responden.....	68
IV.3.1.1 Usia.....	69
IV.3.1.2 Jenis Kelamin.....	70
IV.3.1.3 Pendidikan Terakhir.....	71
IV.3.1.4 Informasi yang di tunggu dari akun @pubgmobile_id.....	71
IV.3.1.5 Lama bermain game pubg mobile.....	72
IV.3.2 Deskripsi variabel X (Aktifitas Promosi Akun Instagram @pubgmobile_id) .....	73
IV.3.2.1 <i>Product</i> .....	73

IV.3.2.2 <i>Place</i> .....	74
IV.3.2.3 <i>Price</i> .....	76
IV.3.2.4 <i>Promotion</i> .....	78
IV.3.3. Interval Pengukuran Aktifitas Promosi (Promotion Mix) ...	80
IV.3.4 Deskripsi Hasil Variabel Aktifitas Promosi.....	80
IV.3.5 Deskripsi variabel Y ( <i>Brand awareness Player Pubg Mobile</i> )	
IV.3.5.1 <i>Top Of Mind</i> .....	82
IV.3.5.2 <i>Brand Recall</i> .....	83
IV.3.5.3 <i>Brand recognition</i> .....	85
IV.3.5.4 <i>Unaware of brand</i> .....	87
IV.3.6. Interval Pengukuran <i>Brand awareness</i> .....	88
IV.3.7 Deskripsi Hasil Variabel <i>Brand awareness</i> .....	89
IV.3.8 Analisis data .....	90
IV.3.8.1 Analisis korelasi .....	90
IV.3.8.2 Uji <i>Normalitas</i> .....	91
IV.3.8.3 Uji <i>Linearitas</i> .....	92
IV.3.8.4 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	93
IV.3.8.5 Uji Signifikansi Hipotesis.....	94
IV.3.9 Analisis Tabulasi Silang.....	94
IV.3.9.1 Analisis Tabulasi Silang Identitas dengan Aktifitas Promosi .....	94
IV.3.9.1.1 Analisis Tabulasi Silang antara Usia dengan Aktifitas Promosi.....	95
IV.3.9.1.2 Analisis Tabulasi Silang antara Jenis kelamin dengan Aktifitas Promosi.....	96
IV.3.9.1.3 Analisis Tabulasi Silang antara Pendidikan Terakhir dengan Aktifitas Promosi.....	97

IV.3.9.1.4 Analisis Tabulasi Silang antara Info yang Ditunggu oleh Followers dengan Aktifitas Promosi.....	98
IV.3.9.1.5 Analisis Tabulasi Silang antara Lama Bermain Game PUBG dengan Aktifitas Promosi.....	99
IV.3.9.2 Analisis Tabulasi Silang Identitas dengan <i>Brand</i> <i>Awareness</i> .....	100
IV.3.9.2.1 Analisis Tabulasi Silang antara usia dengan <i>Brand awareness</i> .....	102
IV.3.9.2.2 Analisis Tabulasi Silang antara Jenis kelamin dengan Brand Awereness .....	103
IV.3.9.2.3 Analisis Tabulasi Silang antara Pendidikan Terakhir dengan Brand Awereness.....	104
IV.3.9.2.4 Analisis Tabulasi Silang antara informasi yang ditunggu <i>player</i> dengan Brand Awereness.....	105
IV.3.9.2.5 Analisis Tabulasi Silang antara Lama Bermain Game PUBG dengan Brand Awereness.....	105
IV.4 Pembahasan Pengaruh Aktifitas Promosi Terhadap <i>Brand awareness</i> <i>Player</i> pubg mobile di Indonesia.....	106
Bab V. KESIMPULAN DAN SARAN .....	108
V.1 Keimpulan.....	108
V.2 Saran.....	109
V.2.1 Saran Akademis.....	110
V.2.2 Saran Praktis.....	110
DAFTAR PUSTAKA .....	111
LAMPIRAN .....	114

## DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 Hasil Pengujian Validitas Aktifitas Promosi .....	65
Tabel IV.2 Hasil Pengujian Validitas <i>Brand awareness</i> .....	66
Tabel IV.3 Hasil Pengujian Reliabilitas Aktifitas Promosi .....	67
Tabel IV.4 Hasil Pengujian Reliabilitas <i>Brand awareness</i> .....	68
Tabel IV.5 Identitas Responden Mengenai Usia.....	69
Tabel IV.6 Identitas Responden Mengenai Jenis Kelamin.....	70
Tabel IV.7 Identitas Responden Mengenai Pendidikan Terakhir.....	72
Tabel IV.8 Identitas Responden Mengenai Informasi Yang Ditunggu Dari Akun @Pubgmobile_Id .....	72
Tabel IV.9 Identitas Responden Mengenai Berapa Lama Bermain Game Pugb Mobile.....	72
Tabel IV.10 Deskripsi Mengenai Aktifitas Promosi Berdasarkan <i>Product</i> .....	73
Tabel IV.11 Deskripsi Mengenai Aktifitas Promosi Berdasarkan <i>Place</i>	75
Tabel IV.12 Deskripsi Mengenai Aktifitas Promosi Berdasarkan <i>Price</i> ....	76
Tabel IV.13 Deskripsi Mengenai Aktifitas Promosi Berdasarkan <i>Promotion</i> .....	78
Tabel IV.14 Deskripsi Mengenai Interval Kelas Aktifitas Promosi.....	80
Tabel IV.15 Deskripsi Hasil Variabel Aktifitas Promosi.....	81
Tabel IV.16 Deskripsi Mengenai <i>Brand awareness</i> Berdasarkan <i>Top Of Mind</i> .....	86
Tabel IV.17 Deskripsi Mengenai <i>Brand awareness</i> Berdasarkan <i>Brand Recall</i> .....	86
Tabel IV.18 Deskripsi Mengenai <i>Brand awareness</i> Berdasarkan <i>Brand Recognition</i> .....	87
Tabel IV.19 Deskripsi Mengenai <i>Brand awareness</i> Berdasarkan	

<i>Unaware Of Brand</i> .....	89
Tabel IV.20 Deskripsi Mengenai Interval Pengukuran <i>Brand awareness</i>	89
Tabel IV.21 Deskripsi Hasil Variabel <i>Brand awareness</i> .....	89
Tabel IV.22 Korelasi Aktifitas Promosi Terhadap <i>Brand awareness</i> .....	90
Tabel IV.23 Tabel Uji <i>Normalitas</i> .....	92
Tabel IV.24 Tabel Uji <i>Linearitas</i> .....	92
Tabel IV.25 Coefficients Regresi Aktifitas Promosi Terhadap <i>Brand awareness</i> .....	93
Tabel IV.26 Tabulasi Silang Usia Dengan Aktifitas Promosi .....	95
Tabel IV.27 Tabulasi Silang Jenis Kelamin Dengan Aktifitas Promosi...	97
Tabel IV.28 Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir Dengan Aktifitas Promosi.....	97
Tabel IV.29 Tabulasi Silang Antara Info Yang Ditunggu Oleh Followers Dengan Aktifitas Promosi.....	99
Tabel IV.30 Tabulasi Silang Antara Lama Bermain Game Pubg Dengan Aktifitas Promosi .....	100
Tabel IV.31 Tabulasi Silang Usia Dengan <i>Brand awareness</i> .....	102
Tabel IV.32 Tabulasi Silang Jenis Kelamin Dengan <i>Brand Awereness</i> ...	103
Tabel IV.33 Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir Dengan <i>Brand Awereness</i> .....	104
Tabel IV.34 Tabulasi Silang Informasi Yang Ditunggu <i>Player</i> Dengan <i>Brand Awereness</i> .....	105
Tabel IV.35 Tabulasi Silang Antara Lama Bermain Game Pubg Dengan <i>Brand Awereness</i> .....	105



## DAFTAR BAGAN

Bagan II.3. Bagan Kerangka Konseptual .....	39
---	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Pengguna Media Sosial .....	5
Gambar 1.2 Background Game Pubg Mobile .....	6
Gambar 1.3. Kejuaraan Perwakilan Dari Indonesia .....	7
Gambar 1.4 Skin Hero Free .....	8
Gambar 1.5 Skin Senjata Free.....	9
Gambar 1.6 Skin Senjata Termahal .....	9
Gambar 1.7 Rating Game Tahun 2019 .....	10
Gambar 1.8 Data Pengguna Instagram .....	12
Gambar IV.1.2 Akun @Pubgmbile_Id.....	64
Gambar IV.1.2.1 Akun @Pubgmbile_Id .....	64

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner .....	115
Lampiran 2 Coding .....	120
Lampiran 3 Tabel Reliabilitas Aktifitas Promosi .....	126
Lampiran 4 Tabel Reliabilitas <i>Brand awareness</i> .....	126
Lampiran 5 Tabel Validitas Indikator Aktifitas Promosi.....	126
Lampiran 6 Tabel Validitas Indikator <i>Brand awareness</i> .....	130
Lampiran 7 Hasil SPSS Identitas Responden.....	132
Lampiran 8 Hasil SPSS Frekuensi Responden Kuesioner Indikator Aktifitas Promosi .....	134
Lampiran 9 Hasil SPSS Frekuensi Responden Kuesioner Indikator <i>Brand awareness</i> .....	137
Lampiran 10 Hasil Mean Responden Kuesioner Aktifitas Promosi .....	140
Lampiran 11 Hasil Mean Responden Kuesioner Indikator <i>Brand awareness</i> .....	140
Lampiran 12 Hasil Tabulasi Silang Responden Kuesioner Indikator Aktifitas Promosi.....	141
Lampiran 13 Hasil Tabulasi Silang Responden Kuesioner <i>Brand awareness</i> .....	144
Lampiran 14 Pearson Correlations Indikator Aktifitas Promosi Dan <i>Brand awareness</i> .....	147

Lampiran 15 Analisis Regresi .....	147
Lampiran 16 Uji Normalitas .....	147
Lampiran 17 Uji Linieritas .....	148

## ABSTRAK

**DEWI KUROTUL AINI NRP. 1423017177. PENGARUH AKTIFITAS**

**AKUN INSTAGRAM @PUBGMOBILE\_ID TERHADAP *BRAND***

***AWARENESS PLAYER* PUBG MOBILE DI INDONESIA**

Akun instagram @pubgmobile\_id di buat dengan tujuan untuk mempromosikan produk dari game pubg mobile kepada para *player* game pubg mobile. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji teori yang menyatakan bahwa semua aktifitas promosi bisa dipakai untuk meningkatkan aktifitas *brand awareness* maka akun instagram disini memberikan berbagai konten dan informasi mengenai game pubg mobile. akun instagram @pubgmobile\_id adalah akun resmi dari game pubg mobile khusus untuk *player* di indonesia. Aktifitas promosi atau promotion mix merupakan upaya memberitahu atau menawarkan produk dengan tujuan menarik konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. aktifitas promosi ini menggunakan indikator promotion mix yaitu 4p, *product, place, price, promotion*. *Brand awareness* atau yang biasa di kenal dengan kesadaran merek merupakan suatu ukuran yang ketertarikan pelanggan terhadap sebuah merek. Indikator brand awareness yaitu *top of mind, brand recall, brand recognition, dan unaware of brand*. dalam penelitian ini merupakan penelitian eksplanasi dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan memakai metode survey dan pernyataan responden dinilai dengan skala likert. dalam penelitian ini mendapatkan sebuah hasil yaitu adanya suatu pengaruh positif aktifitas promosi terhadap *brand awareness* akun instagram @pubgmobile\_id dikalangan *player* pubg mobile di indonesia. Aktifitas promosi dapat dinilai berhasil dan *brand awareness* dapat dinilai tinggi

Kata Kunci : Pubg, Promotion Mix, *Brand Awareness*

## **ABSTRACT**

DEWI KUROTUL AINI NRP. 1423017177. THE INFLUENCE OF  
INSTAGRAM ACCOUNT ACTIVITY @PUBGMOBILE\_ID ON BRAND  
AWARENESS PLAYER PUBG MOBILE IN INDONESIA

*Akun instagram @pubgmobile\_id di buat dengan tujuan untuk mempromosikan produk dari game pubg mobile kepada para player game pubg mobile. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji teori yang menyatakan bahwa semua aktifitas promosi bisa dipakai untuk meningkatkan aktifitas brand awareness maka akun instagram disini memberikan berbagai konten dan informasi mengenai game pubg mobile. akun instagram @pubgmobile\_id adalah akun resmi dari game pubg mobile khusus untuk player di indonesia. Aktifitas promosi atau promotion mix merupakan upaya memberitahu atau menawarkan produk dengan tujuan menarik konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. aktifitas promosi ini menggunakan indikator promotion mix yaitu 4p, product, place, price, promotion. Brand awareness atau yang biasa di kenal dengan kesadaran merek merupakan suatu ukuran yang ketertarikan pelanggan terhadap sebuah merek. Indikator brand awareness yaitu top of mind, brand recall, brand recognition, dan unaware of brand. dalam penelitian ini merupakan penelitian eksplanasi dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan memakai metode survey dan pernyataan responden dinilai dengan skala likert. dalam penelitian ini mendapatkan sebuah hasil yaitu adanya suatu pengaruh positif aktifitas promosi terhadap brand awareness akun instagram @pubgmobile\_id dikalangan player pubg mobile di indonesia. Aktifitas promosi dapat dinilai berhasil dan brand awareness dapat dinilai tinggi*

*Kata Kunci : Pubg, Promotion Mix, Brand Awareness*