



## ABSTRAK

### ANALISIS STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT. ODY SUB INDONESIA DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @ODY.SUB

Adinda Firlyana  
5211711313

Penelitian ini meneliti tentang bagaimana strategi yang dilakukan oleh *public relations* Ody Sub dalam pengelolaan akun media sosial Instagram @ody.sub. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengelolaan konten-konten Instagram @Ody.sub dan mengetahui apa saja strategi *Public Relations* yang digunakan PT. Ody Sub Indonesia dalam membangun *brand awareness* melalui akun media sosial Instagram nya @ody.sub menggunakan teori The Circular Model of SOME yaitu pada aspek *Share, Optimize, Manage, Engage*, yang dikenalkan oleh Regina Luttrell. Menggunakan Teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan pada tahap *share*, Ody Sub secara konsisten menunggah konten dengan jadwal yang telah di tetapkan, jenis kontennya terkait dengan Ody Sub dengan visualiasi yang menarik dan dapat membangun kepercayaan publinya. Tahap *optimize*, adanya informasi pada bio akun Instagram, memanfaatkan fitur *direct message* dan membuat *timeline schedule* setiap konten yang akan diupload. Proses *manage*, Ody Sub memanfaatkan fitur *insight*, mengadakan *live streaming* serta menentukan waktu dalam memposting sebuah konten. Proses *engage* Ody Sub melakukan promo yang menarik serta mengadakan *give away*, hingga menggunakan *brand influencer* dalam memperkenalkan produk serta membangun *brand awareness*.

**Kata Kunci:** Startegi Public Relations, Kesadaran Merek, Instagram, SoMe

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF PT. ODY SUB INDONESIA'S PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN BUILDING BRAND AWARENESS THROUGH THE INSTAGRAM SOCIAL MEDIA ACCOUNT @ODY.SUB**

*Adinda Firlyana*  
5211711313

*This research examines how the strategy carried out by Ody Sub's public relations in managing the Instagram social media account @ody.sub. The purpose of this study is to find out how the management of Instagram content @ody.sub and find out what public relations strategies are used by PT Ody Sub Indonesia in building brand awareness through its Instagram social media account @ody.sub using the theory of the Circular Model of SOME, namely in the aspects of Share, Optimize, Manage, Engage, introduced by Regina Luttrell. Using interview techniques, observation and documentation. The results showed that at the share stage, Ody Sub consistently uploads content with a predetermined schedule, the type of content is related to Ody Sub with attractive visuals and can build public trust. At the optimize stage, there is information in the Instagram account bio, utilizing the direct message feature and creating a timeline schedule for each content to be uploaded. The manage process, Ody Sub utilizes the insight feature, holds live streaming and determines the time to post content. The process of engage Ody Sub conducts attractive promos and holds give away, to use brand influencers in introducing products and building brand awareness.*

**Keywords:** *Strategic Public Relations, Brand Awareness, Instagram, SoMe*