

## ABSTRAK

Seiring dengan perkembangannya kini teknologi internet terutama berkembangnya aplikasi *mobile* sudah semakin banyak dimanfaatkan oleh berbagai organisasi terutama organisasi bisnis untuk meningkatkan *brand awareness* produknya. Kegiatan dunia usaha menggunakan teknologi internet adalah cara yang *inovatif* dalam melakukan kegiatan perusahaan untuk memasuki pasar di dunia maya yang disebut sebagai *electronic business* dengan memanfaatkan teknologi internet, perusahaan dapat melakukan berbagai kegiatan usaha bisnis secara elektronik seperti misalnya transaksi bisnis, operasional fungsi-fungsi perusahaan, berbagi informasi dengan konsumen dan suplier untuk mempertahankan hubungan sebelum, selama dan setelah proses pembelian dalam rangka meningkatkan *brand awareness* konsumen hal ini dilakukan oleh produk IndiHome. IndiHome merupakan produk *broadband* yang cukup terkenal di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran melalui aplikasi mobile My IndiHome dalam meningkatkan *brand awareness*.

Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan desain deskriptif, yaitu penelitian yang memberi gambaran secara cermat mengenai individu atau kelompok tertentu mengenai suatu keadaan atau gejala yang terjadi. Langkah pengumpulan data yang dilakukan sampai bisa menjadi data yang dapat disajikan adalah dengan melakukan wawancara, dokumentasi, peningkatan ketekunan dan penggunaan bahan referensi.

Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan, strategi komunikasi pemasaran melalui aplikasi My IndiHome dalam meningkatkan *brand awareness* adalah dengan menggunakan komponen pada aplikasi My IndiHome dan cukup mendorong peningkatan *brand awareness* pada produk IndiHome sampai pada tahap *brand recognition* dimana produk sudah memberi nilai untuk diingat oleh konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian peneliti menyarankan IndiHome perlu mempertimbangkan pemaksimalan promosi produk pada konten My IndiHome serta penggunaan media promosi lain seperti media sosial untuk lebih meningkatkan *brand awareness* konsumen serta diperlukannya konten-konten yang menarik agar lebih diingat konsumen.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi Pemasaran, Aplikasi Mobile, Brand Awareness, MyIndiHome