

ABSTRAK

Medio Podcast Network by KG Media merupakan sebuah rumah produksi podcast yang berdiri sejak 2021. Sebagai pendatang baru di industri podcast Indonesia, dan mengingat persaingan industri yang ketat, perusahaan dituntut untuk meningkatkan brand awareness agar diingat oleh publik. Medio Podcast Network by KG Media saat ini memiliki suatu kegiatan *digital campaign* yang bernama #SiniObrolin. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengungkap strategi yang digunakan dalam *digital campaign* #SiniObrolin yang dilakukan oleh Medio Podcast Network by KG Media dalam membangun *brand awareness*. Pada penelitian ini menggunakan teori strategi kampanye oleh Gregory (1996) dan teori *brand awareness* oleh Herdana (2015) penelitian ini menggunakan metode kualitatif, jenis penelitian deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan studi dokumen. Hasil temuan dan kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan strategi yang digunakan dalam *digital campaign* #SiniObrolin adalah mengoptimalkan komunikasi melalui media sosial baik dengan foto, Instagram *story* interaktif, pengenalan campaign melalui video ilustrasi, dan mengadakan *twibbon challenge* untuk audience media sosial Instagram. Dari penelitian ini diemukan pandangan bahwa, strategi yang telah berjalan harus dikaji ulang dengan melakukan evaluasi, contoh pengembangan strategi yang harus dilakukan adalah melakukan komunikasi secara langsung dengan *audience* yang bersifat humanis, sehingga *audience* lebih membeikan perhatian dan partisipasinya dalam kegiatan *digital campaign* #SiniObrolin.

Kata kunci: *brand awareness, digital campaign, Medio Podacst Network, strategi*