

ABSTRAK

Persaingan di industri media berita *online* terus meningkat dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku pengguna. Faktor-faktor seperti *brand awareness* mempengaruhi persaingan antara media berita *online*. KapanLagi, yang menyediakan berita global, menempati peringkat ketiga di Publisher Group Leaderboard Indonesia pada Januari 2023, di bawah KG Media dan Detik Network. Untuk meningkatkan *brand awareness*, KapanLagi menyelenggarakan *Event* KapanLagi Korean Festival Bandung 2023 dan menggunakan *Influencer* Kimbab Family. Penelitian ini bertujuan mengukur seberapa besar pengaruh *Event* KapanLagi Korean Festival Bandung 2023 dan *Influencer* Kimbab Family terhadap *brand awareness* KapanLagi. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan penelitian deskriptif. Sampel penelitian berjumlah 384 responden yang diambil menggunakan teknik *probability sampling* dan *simple random sampling*. Analisis data meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Event* KapanLagi Korean Festival Bandung 2023 secara parsial mempengaruhi *brand awareness* KapanLagi sebesar 51,5%, sedangkan *Influencer* Kimbab Family mempengaruhi *brand awareness* KapanLagi sebesar 45%. Secara simultan, *Event* KapanLagi Korean Festival Bandung 2023 dan *Influencer* Kimbab Family mempengaruhi *brand awareness* KapanLagi sebesar 53,9%, dengan sisanya 46,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Penelitian selanjutnya diharapkan memperluas temuan dengan menggunakan variabel lainnya dalam membangun *brand awareness* dan pada industri yang berbeda.

Kata Kunci: *Event, Influencer, Brand Awareness, KapanLagi.*