

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI ADVERTISING
Skripsi, Juli 2022**

**AGUS DWI KRISTANTO
2018140132**

**PENGARUH *VIRAL MARKETING SKINCARE MS GLOW FOR MEN*
MARSHEL WIDIANTO & BABE CABITA TERHADAP *BRAND*
AWARENESS
(Survei pada *followers* Instagram @msglowmenformen)**

ABSTRAK

Dalam menarik konsumennya setiap perusahaan memiliki berbagai teknik salah satunya yaitu *Viral Marketing* untuk menaikkan *Brand Awareness* produk. Salah satu *skincare* melakukan *Viral Marketing* Ms Glow For Men. Terkait hal tersebut tujuan penelitian ini untuk mengetahui *Viral Marketing Skincare Ms Glow For Men* Marshel Widiyanto x Babe Cabita, *Brand Awareness* terhadap *viewers* postingan Marshel Widiyanto x Babe Cabita di Instagram @msglowformen. *Brand Awareness* pada *viewers & followers* akun Instagram @msglowformen, Seberapa besarnya *Viral Marketing Skincare Ms Glow For Men* Marshel Widiyanto & Babe Cabita Terhadap *Brand Awareness*. Teori yang digunakan yaitu *Viral Marketing* yang meliputi *Environment, Messages, Messengers* serta *Brand Awareness* meliputi *Top of Mind, Brand Recall, Brand Recognition, Unaware of Brand*. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survey bersifat eksplanatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang diberikan kepada 83 responden pada *viewers & followers* akun Instagram @msglowformen. Pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling*. Metode pengambilan kuesioner yang digunakan yaitu *random sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Viral Marketing* secara keseluruhan responden merespon baik (setuju), *Brand Awareness* secara keseluruhan responden merespon baik (setuju) dari semua pernyataan variabel Y di kuesioner penelitian, dan besarnya pengaruh *Viral Marketing* Ms Glow For Men memiliki hubungan positif dan kuat sebesar 0,582 terhadap *Brand Awareness viewers & followers* Instagram @msglowformen dengan presentase *Viral Marketing* mempengaruhi *Brand Awareness* sebesar 33,8%, sementara sisanya yaitu 66,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian.

Kata Kunci : Viral Marketing, Brand Awareness, Instagram, Ms Glow For Men

Referensi : 11 Buku + 6 Jurnal + 8 Website

Dosen Pembimbing : Velda Ardia, S.Iikom. M.Si