

## ABSTRAK

Tingginya penggunaan *adblockers* dalam internet membuat pemasar harus memikirkan alternatif lain dalam mempromosikan produk, salah satunya dengan menggunakan *influencer*. StarMaker adalah salah satu perusahaan aplikasi karaoke yang memanfaatkan strategi *influencer marketing* dengan lebih dari 400.000 pengguna aktif setiap bulannya (per 2020). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *influencer marketing* yang dijalankan oleh StarMaker untuk meningkatkan *brand awareness* nya di Indonesia. Penelitian ini menggunakan teori perencanaan komunikasi, konsep strategi *influencer marketing*, dan *brand awareness*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *influencer marketing* StarMaker telah sesuai dengan empat tahapan *influencer marketing* Danny Brown dan Sam Fiorella, yaitu *make, manage, monitor, measure*. Keberhasilan strategi *influencer marketing* StarMaker, paling signifikan, dipengaruhi oleh jenis kontrak kerja *long-term cooperation* dengan *influencer*. Strategi *influencer marketing* ini pun berhasil untuk membentuk *brand awareness* StarMaker pada tahapan *brand recall*.

**Kata Kunci:** *influencer marketing, influencer marketing strategy, brand awareness*

## **ABSTRACT**

*The high use of adblockers on the internet made marketers have to think of other alternatives in promoting products, one of which is by using influencers. StarMaker is a karaoke app company that using an influencer marketing strategy with more than 400,000 monthly active users (as of 2020). This study aims to discover implementation of influencer marketing strategy on building StarMaker's brand awareness in Indonesia. The theory and concept used in this research are communication planning theory, influencer marketing strategy, and brand awareness. The research method used is descriptive qualitative research. The results showed that StarMaker's influencer marketing strategy was based on four stages of Danny Brown and Sam Fiorella's influencer marketing. They are make, manage, monitor, measure. The most determining success factor in StarMaker's influencer marketing strategy is their long-term cooperation contract with the influencer. This influencer marketing strategy has also succeed on building StarMaker's brand awareness at the brand recall stage.*

**Keywords:** *influencer marketing, influencer marketing strategy, brand awareness,*