

The Influence of Social Media Marketing and Content Marketing on YouTube on Gojek Brand Awareness

By Muhammad Hafizh Ghozahdi

Abstract

This research is quantitative research which aims to find out, analyze and prove the influence of social media marketing and content marketing on Gojek brand awareness. Gojek is a company that provides application-based online transportation services. Since Gojek was first founded in 2010, the YouTube social media managed by Gojek has experienced a very slow increase in followers compared to other social media and this means that the YouTube social media managed by Gojek is still unable to reach followers like other social media. By maximizing YouTube social media marketing and creating good content marketing, you will increase brand awareness on Gojek's YouTube. The population in this study were FEB UPNVJ students class of 2020. The sample size was 90 respondents using a non-probability sampling method with purposive sampling technique. Data collection was carried out through distributing Google forms. The data analysis technique used is descriptive and inferential analysis with the SEM-PLS technique using the Smart PLS 4 application. All constructs of each variable in this research have passed validity and reliability. The results of the research show that social media marketing has a significant effect on brand awareness and content marketing does not have a significant effect on brand awareness.

Keywords: *Brand Awareness; Digital Marketing; Youtube; Social Media Marketing; Content Marketing,*

Pengaruh *Social Media Marketing* Dan *Content Marketing* Pada Youtube Terhadap *Brand Awareness* Gojek

Oleh Muhammad Hafizh Ghozahdi

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan pengaruh dari *social media marketing* dan *content marketing* terhadap *brand awareness* Gojek. Gojek adalah perusahaan yang menyediakan jasa transportasi *online* berbasis aplikasi. Terhitung sejak tahun 2010 Gojek pertama didirikan, media sosial Youtube yang dikelola Gojek, mengalami kenaikan yang sangat lambat dalam hal pengikut dibanding media sosial lain dan dapat diartikan media sosial Youtube yang dikelola Gojek masih belum dapat menjangkau pengikut seperti di media sosial lain. Dengan memaksimalkan *social media marketing* Youtube dan membuat *content marketing* yang baik akan meningkatkan *brand awareness* pada Youtube Gojek. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEB UPNVJ angkatan 2020. Ukuran sampel yang diambil sebanyak 90 responden dengan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran *google form*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan inferensial dengan teknik SEM-PLS menggunakan aplikasi Smart PLS 4. Seluruh konstruk dari setiap variabel dalam penelitian ini telah lulus secara validitas dan reliabilitas. Hasil dari penelitian menunjukkan *social media marketing* berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness* sebesar dan *content marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness*.

Kata Kunci: Kesadaran Merek; Pemasaran Digital; Youtube; Pemasaran Media Sosial; Pemasaran Konten