

ABSTRAK

With the rapid development of Internet media, is now the competition are for public relations to build brand awareness to increase publicity in the public. One of marketing technique is being intensively carried out by public relations are through social media Twitter. Twitter can help Public Relations to be more closer with consumers and engage directly to consumers. The purpose of this study was to determine how the effect of using Twitter to Brand Awareness of Modificartion magazine. The benefit of this study is to determine the effect and the relationship between twitter and brand awareness of the magazine Modificartion. The methods used in this study is a quantitative study of literature and field studies. And the results of this study explain the circumstances of the process and how much influence as well as the relationship between the two variables.

Keywords: *Public Relations, Twitter, Brand Awareness*

ABSTRACT

Dengan pesatnya perkembangan media internet, kini makin ketat persaingan bagi *public relations* untuk membangun publisitas demi meningkatkan *brand awareness* dimata masyarakat. Salah satu cara pemasaran yang kini sedang gencar dilakukan para praktisi *public relations* adalah melalui social media *Twitter*. *Twitter* dapat membantu *Public Relations* untuk menjadi dekat dengan konsumen dan menjalin hubungan yang langsung kepada para konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan *Twitter* terhadap *Brand Awareness* majalah *Modificartion*. Manfaat dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dan hubungan antara *twitter* dan *brand awareness* dari majalah *Modificartion*. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan studi pustaka dan studi lapangan. Dan hasil penelitian ini menjelaskan seberapa besar pengaruh serta hubungan kedua variabel tersebut.

Kata kunci: *Hubungan Masyarakat, Twitter, Kesadaran Merek*