

# Analisis Strategi Marketing Public Relations (MPR) Dengan Model AIDA (Awareness, Interest, Desire, Action) Pada K-Pop Girl Group New Jeans = Analysis of Marketing Public Relations (MPR) Strategy with AIDA (Awareness, Interest, Desire, Action) Model in K-Pop Girl Group New Jeans

Grasinove Reka Auditama, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920535938&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Riset ini bertujuan menganalisis penerapan strategi marketing public relations yang digunakan oleh K-Pop girl group New Jeans untuk meningkatkan awareness dalam meraih popularitas. Dengan melihat penerapan tersebut, analisis ini menggunakan model AIDA (Awareness, Interest, Desire, Action) dari Strong (1925) pada strategi marketing public relations yang dilakukan oleh K-Pop girl group New Jeans. Metode yang digunakan dalam riset ini adalah observasi konten pada periode (Juli 2022 - Januari 2023) dari media sosial, website, dan portal pemberitaan K-Pop girl group New Jeans. Berdasarkan hasil temuan dalam riset ini, dapat disimpulkan bahwa salah satu strategi yang digunakan oleh New Jeans untuk meningkatkan awareness adalah strategi marketing public relations (MPR). Hal ini dimulai dari debut hingga perilisan mini album pertamanya. New Jeans telah berusaha merangsang minat, mengarahkan keinginan, dan memunculkan adanya tindakan pembelian produk dari masyarakat hingga penggemar.

.....

This research aims to analyze the application of public relations marketing strategies used by K-Pop girl group New Jeans to increase awareness in gaining popularity. By looking at this application, this analysis uses the AIDA (Awareness, Interest, Desire, Action) model from Strong (1925) in the marketing public relations strategy carried out by K-Pop girl group New Jeans. The method used in this research is the observation of content in the period (July 2022 - January 2023) from social media, websites, and news portals of K-Pop girl group New Jeans. Based on the findings in this research, it can be concluded that one of the strategies used by New Jeans to increase awareness is the marketing public relations (MPR) strategy. This started from debut to the release of his first mini album. New Jeans has tried to stimulate interest, direct desire, and generate product purchase actions from the public to fans.