

Aafiyah Nurchasanah. 200531100079. Program Studi Ilmu Komunikasi. *Brand Communication* Kelas Pintar dalam Membangun *Brand Awareness* sebagai *Platform Education Technology* di Surabaya. Dosen Pembimbing : Dr. Dewi Quraisyin, S.Pd.I.,M.Si

ABSTRAK

Kelas Pintar atau PT Extramarks *Education* Indonesia merupakan *platform* penyedia solusi layanan pendidikan yang berkomitmen penuh untuk berkontribusi aktif dalam menyediakan layanan solusi pendidikan berbasis teknologi serta mengintegrasikan antara sekolah, guru, siswa dan orang tua wali didalam sebuah *platform* (aplikasi) yang berdiri sejak tahun 2017 dan mulai membangun *brand awareness* nya di kota Surabaya mulai tahun 2019 sampai saat ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *Brand Communication* Kelas Pintar dalam Membangun *Brand Awareness Sebagai Platform Education Technology* di Surabaya serta bagaimana hambatan-hambatan yang ditempuh oleh *team* Kelas Pintar saat Membangun *Brand Awareness* di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan konsep *Brand Communication* menurut Don Schultz dan Barnes pada tahun 1999, menggunakan metode deskriptif kualitatif, pengumpulan data dilakukan secara observasi, wawancara informan, melalui teknik purposive sampling dan validasi data menggunakan teknik triangulasi sumber data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand communication* yang dilaksanakan kelas pintar untuk membangun *brand awareness* sebagai *platform education technology* di Surabaya yaitu terbagi menjadi dua (*brand visualization*) berupa logo atau bendera kelas pintar dan *brand activation* yang terdiri dari *direct marketing*, *promotion activation*, *marketing event activation* dan *social media activation*.

Kata Kunci :Kelas pintar, *Brand Communication*, *Brand Awareness*, *Edutech*

Aafiyah Nurchasanah. 200531100079. Program Studi Ilmu Komunikasi.
Brand Communication Kelas Pintar dalam Membangun Brand Awareness
sebagai *Platform Education Technology* di Surabaya. Dosen Pembimbing :
Dr. Dewi Quraisyin, S.Pd.I.,M.Si

ABSTRACT

Kelas Pintar or PT Extramarks Education Indonesia is an education service solution provider platform that is fully committed to actively contributing to providing technology-based education solution services and integrating schools, teachers, students and parents in a platform (application) which was established in 2017 and began building its brand awareness in the city of Surabaya starting in 2019 until now.

The purpose of this research is to find out how Kelas Pintar's Brand Communication in Building Brand Awareness as an Educational Technology Platform in Surabaya and how the obstacles are carried out by the Kelas Pintar team when building brand awareness in the city of Surabaya. This research uses the concept of Brand Communication according to Don Schultz and Barnes in 1999, using descriptive qualitative methods, data collection is carried out by observation, informant interviews, through purposive sampling techniques and data validation using data source triangulation techniques.

The results showed that brand communication carried out by smart class to build brand awareness as an educational technology platform in Surabaya is divided into two (brand visualisation) in the form of a smart class logo or flag and brand activation consisting of direct marketing, promotional activation, event marketing activation and social media activation.

Keywords: *Kelas Pintar, Brand Communication, Brand Awareness, Edutech*