

PENGUNAAN BLOGGER DALAM STRATEGI BRAND-RELATED USER GENERATED CONTENT (Studi Kampanye ‘Perusahaan Gas Negara’ oleh Dentsu)

Tristy Widarani Ayuningtyas¹

Penelitian ini merupakan penelitian untuk mengetahui penggunaan *brand-related user generated content* dalam kampanye PT. Perusahaan Gas Negara Tbk periode Desember 2013 – Februari 2014. PT. Perusahaan Gas Negara Tbk merupakan salah satu perusahaan BUMN yang menggunakan blogger untuk melakukan suatu penulisan mengenai PGN yang disebut sebagai *brand-related user generated content* untuk memperbanyak informasi positif dan edukasi mengenai PGN, penulisan mengenai *brand-related user generated content* ini diduga dapat mengundang interaksi dari pembacanya dan dapat memberikan image positif mengenai PGN. Metode penelitian kualitatif yang dijalankan melalui wawancara kepada ketiga belah pihak PGN untuk memenuhi metode keabsahan data triangulasi data. Hasilnya PGN berhasil mengundang interaksi dan ketertarikan pembacanya untuk menggunakan jasa PGN karena bertambahnya edukasi dan informasi pembaca mengenai PGN melalui tulisan blogger.

Kata Kunci : Blog, Blogger Merek, Pemerekan, *brand related user generated content*, *user generated content*, *brand image*.

¹Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie

THE USE OF BLOGGER IN BRAND RELATED USER GENERATED CONTENT STRATEGY

(The Study of Campaign ‘ Perusahaan Gas Negara’ by Dentsu)

Tristy Widarani Ayuningtyas¹

This research is to determine the use of *brand-related user generated content* in PT. Perusahaan Gas Negara Tbk’s campaign on December 2013 - February 2014 PT. Perusahaan Gas Negara Tbk is one of the state-owned company use to perform a blogger writing, called PGN *brand-related user generated content* to reproduce the positive information and education about PGN, these writing about the *brand-related user generated content* is presumed to invite interaction from readers and can give PGN positive image. Qualitative research methods were run through an interview to third parties to fulfill data analysis which is using triangulation method. The result of this research is PGN received successful interaction and attraction readers to use the PGN’s services due to increased education and information regarding PGN through blogger writing.

Key message : Blog, Blogger, *brand,branding, brand related user generated content, user generated content, brand image.*

¹ Student at Communication Department Universitas Bakrie