

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENINGKATKAN *BRAND*  
*AWARENESS* TERHADAP SETIPE.COM**

Ade Meuthia

---

**ABSTRAK**

Teknologi di bidang internet merupakan salah satu teknologi yang berkembang sangat pesat dan mampu memberikan kemudahan dalam berbagai aspek dan bidang dalam kehidupan manusia. Perkembangan kecanggihan internet salah satunya adalah munculnya bisnis *online dating* seperti Setipe.com yang memudahkan orang-orang yang sibuk bekerja dan tidak memiliki waktu untuk bersosialisasi untuk bertemu calon pasangan. Namun, dikarenakan internet masih cenderung diasosiasikan dengan hal negatif, maka hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi bisnis ini untuk diterima oleh masyarakat. Oleh sebab itu, dibutuhkan adanya strategi PR untuk meningkatkan *brand awareness* terhadap Setipe.com sehingga publik bisa lebih mengenal dan memahami fungsi dan manfaat dari situs ini. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian ini, ditemukan bahwa strategi PR yang dijalankan oleh Setipe.com dalam meningkatkan *brand awareness* terhadap perusahaannya bisa dikatakan cukup berhasil berdasarkan pada terpilihnya Setipe.com sebagai situs *online dating* dengan *brand awareness* yang paling tinggi dibandingkan dengan situs-situs sejenis lainnya menurut hasil riset dari Nusa Research.

**Kata kunci:** *online dating*, strategi PR, *brand awareness*

***PUBLIC RELATIONS STRATEGY ON ENHANCING BRAND AWARENESS  
TOWARDS SETIPE.COM***

Ade Meuthia

---

***ABSTRACT***

*Internet technology is one of the fastest growing technologies and able to provide facilities in various aspects and areas of human life. One of the development of internet sophistications is the emergence of online dating business like Setipe.com that allows people who are busy working and do not have time to socialize to meet a potential mate. However, because the Internet is still likely to be associated with negative things, then it becomes a challenge for the business to be accepted by society. Therefore, it is necessary to have a public relations strategy to enhance the brand awareness of this company so that the public are able to know this company better in order to understand the function and benefits of this online dating site. This study uses descriptive qualitative method. Based on the result of this study, it was found that the PR strategy run by Setipe.com in enhancing brand awareness towards the company was quite successful because this site was chosen as the online dating with the highest brand awareness among other online datings based on research done by Nusa Research.*

***Keywords:*** *online dating, PR strategy, brand awareness*