

ABSTRAK

Milla Meydika Sari (41150215), Strategi *Public Relations* PT Asuransi Allianz Life Indonesia dalam meningkatkan *Brand Awareness*.

Pada tanggal 26 september 2017 PT Asuransi Allianz Life Indonesia dilanda krisis dengan beredarnya melalui *whatsapp* bahwa mantan direktur dan *head of claim* dijadikan tersangka oleh pengadilan karena kasus tidak dibayarkan pengajuan klaim kepada nasabah. Dan ini membuat *Public Relations* PT Asuransi Allianz Life Indonesia membuat strategi *brand awareness* untuk pemulihan citra atas krisis tersebut. Dan kemajuan teknologi saat ini menghadirkan internet dan media sosial sebagai alat komunikasi yang dapat dipadukan dengan tugas *Public Relations* dalam upaya pengelolaan citra perusahaan. Metode penelitian yang di gunakan ialah kualitatif, yaitu dengan teknik wawancara dan observasi. Analisis yang dilakukan dengan teknik deskripsi, yaitu berupa kalimat bukan angka. Hasil penelitian yaitu melalui sosial media facebook fanpage-nya *Public Relations* PT Asuransi Allianz Life Indonesia dapat menginformasikan dan mengedukasi berita informasi terupdate melalui konten di dalam facebook serta meningkatkan *brand awareness* melalui media sosial facebook dengan efektif dan sampai ke *audience* dengan baik.

Kata kunci : *Public Relations*, *Brand Awareness*, media sosial, PT Asuransi Allianz Life Indonesia.

ABSTRACT

Milla Meydika Sari (41150215), Strategy Public Relations PT Allianz Life Insurance Indonesia improving Brand Awareness.

On 26 September 2017 PT Asuransi Allianz Life Indonesia was hit by a crisis by circulating through whatsapp that the former director and head of claim were made a suspect by the court because the case was not paid for the claim filed to the customer. And this makes Public Relations of PT Asuransi Allianz Life Indonesia to create a brand awareness strategy for image recovery over the crisis. And the current technological advances bring the internet and social media as a communication tool that can be combined with the task of Public Relations in an effort to manage the image of the company. The research method used is qualitative, that is by interview and observation technique. The analysis is done with the description technique, that is the form of a sentence instead of a number. The result of research is through social media facebook fanpage his Public Relations PT Asuransi Allianz Life Indonesia can inform and educate updated information news through content in facebook and increase brand awareness through social media facebook effectively and get to audience well.

Keywords: Public Relations, Brand Awareness, social media, PT Allianz Life Insurance Indonesia.