

**ABSTRAK**

Judul : STRATEGI CLICK DIFFERENTLY DALAM  
DISEMINASI PRODUKSI IKLAN PASTA GIGI CLICK  
Nama : Elsilia Sanada  
Program Studi : Broadcasting / Penyiaran

PT Kino Indonesia Tbk adalah perusahaan consumer goods yang diakui di Indonesia dan mancanegara dalam lingkup bisnis yang meliputi beberapa jenis kategori produk, antara lain ada Personal Care, Beverages, Food dan Pharmacy. Brand Click mengumumkan bahwa boy band dari Korea Selatan NCT 127 telah resmi menjadi Brand Ambassador Click melalui sebuah iklan yang dirilis pada channel Youtube pada akun Click Differently.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran Brand Ambassador NCT 127 pada iklan dalam membangun Brand Awareness. Penelitian ini, menggunakan metode penelitian kualitatif metode studi kasus. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peran brand ambassador NCT 127 dalam membangun brand awareness telah berhasil untuk meningkatkan kesadaran merek yang dimiliki oleh brand Click Pasta Gigi. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh brand Click sendiri terdiri atas promosi video campaign pada channel Youtube & Instagram, dan juga promosi media offline seperti ikut serta dalam membuat booth dalam acara festival di luar. Secara umum strategi yang dilakukan dapat dikatakan sukses dalam menciptakan brand awareness melalui Brand Ambassador boy band NCT 127 dalam melakukan promosi terhadap brand Click Pasta Gigi milik Click Differently.

Kata Kunci : *Produksi Iklan, Youtube, Click Differently*