

ABSTRAK

“PERANCANGAN *BRAND ACTIVATION* UNTUK MENINGKATKAN KETERTARIKAN MASYARAKAT DALAM MEMBELI PRODUK *HOME DECOR JIIB*”

Perancangan ini dilakukan untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap *brand Jiib Essentials* dengan cara-cara yang efektif dan menarik, terutama di kalangan pelajar maupun pekerja yang memiliki hobi di bidang estetika dan penataan ruangan. *Jiib Essentials* merupakan bisnis yang menawarkan produk-produk dekorasi ruangan dengan konsep minimalis. Tujuan akhir perancangan ini adalah mendapatkan respon positif dari *audience* yang dituju agar *Jiib Essentials* semakin dikenal oleh masyarakat luas serta bisnis ini dapat berkembang dengan baik kedepannya, sesuai dengan nilai-nilai yang ingin disampaikan kepada *audience*. Perancangan ini didukung dengan metode pengumpulan data primer, yaitu melalui pengumpulan data langsung dengan wawancara kepada *expert* serta *extreme user*, dan didukung dengan observasi langsung di lapangan untuk melihat respon serta reaksi *audience* terhadap *Jiib Essentials*. Selain itu, perancangan ini juga didukung oleh data sekunder yang didapatkan melalui studi pustaka berupa buku, jurnal, dan ulasan *website* berupa teori, kutipan, artikel, dan lainnya. Dari metode penelitian tersebut, didapatkan sebuah hasil berupa konsep kegiatan aktivasi serta perinciannya yang dirancang guna menarik perhatian dan partisipasi *audience* sehingga tujuan awal dari perancangan ini dapat dicapai dengan semestinya. Perancangan konsep kegiatan aktivasi tersebut disasarkan kepada target market sesuai dengan teori serta masukan yang didapat melalui metode penelitian yang dilakukan melalui beberapa proses dan disesuaikan dengan tren yang ada di dalam masyarakat sekarang ini. Kegiatan aktivasi ini dititikberatkan kepada memberikan *brand experience* kepada *audience* karena menurut penelitian yang telah dilakukan, hal ini akan lebih efektif dan lebih mudah diterima oleh masyarakat. Guna mendukung kegiatan aktivasi yang telah dirancang ini, dirancang pula media-media pemasaran yang dapat mengarahkan *audience* kepada aktivasi utama yang telah dirancang. Media-media pemasaran tersebut juga disesuaikan dengan kebutuhan dan tren masyarakat yang sedang terjadi pada masa ini sehingga proses penyampaian kepada *audience* dapat dilakukan dengan efektif dan akhirnya perancangan aktivasi ini dapat berhasil sesuai dengan tujuan awal.

Kata kunci: Ketertarikan, Estetika, Minimalis, Dekorasi Ruangan, *Brand Experience*.

ABSTRACT

“DESIGNING BRAND ACTIVATION AND PROMOTIONAL MEDIA TO INCREASE THE MARKET INTEREST FOR JIIB ESSENTIALS”

This design is made for increasing the market's interest to Jiib Essentials with an effective and interesting way, mostly for the students and workers group whose hobby are room aesthetic and decorating with minimalist concepts. The final goal of this design is for getting a positive responses from the targeted audiences so that Jiib Essentials will be known more in the market and develop to be bigger in accordance with the values. This design is supported by some methods such as primary data collection, which is from the direct interviews with the expert and extreme user, and also supported by direct observation from the field to see the response and reaction from the audience. This design was also supported by the theories, articles, and quotes from the literature studies from the books, journals, and websites. From those methods, gotten some results, such as an activation concept with the details that are designed for getting the attention and participation of the audiences so that the main goal of this design is achieved. The designed concept is targeted to the target market depends of the theories and comments of the source, followed by the trends in the society. The activation strategies is emphasized by giving brand experiences to the audience based on the observation that this method is more likely to be effective and easier for the audience to accept. This activation strategies are also supported by the marketing medias that lead the audience to the main event, the medias were also designed based on the market's needs and trends so that this designs can be well communicated to the audience.

Keywords: Interest, Aesthetics, Minimalist, Room Decoration, Brand Experience

