

ABSTRAK

"PERANCANGAN AKTIVASI BRAND DAN MEDIA PROMOSI UNTUK *GIFTERY HAMPERS*"

Perancangan ini dilakukan dengan tujuan untuk merancang aktivasi merek dan media promosi untuk memperkenalkan merek *Giftery Hampers* sebagai usaha pemula yang bergerak dibidang pembuatan *hampers* ulangtahun yang bisa digunakan oleh anak usia 1-5 tahun. Metode penelitian yang digunakan ialah metode wawancara dengan para ahli, ahli yang diwawancara pun merupakan ahli dalam bidang desain serta *hampers* dalam wawancara kepada ahli desain dan ahli *hampers* yang ditanyakan ialah mengenai desain untuk aktivasi merek serta media promosi agar dapat sesuai dengan keinginan pasar dan dapat diingat oleh pasar. Selain wawancara dengan para ahli penelitian yang dilakukan ialah penelitian yang dilakukan pada saat melaksanakan aktivasi merek yang dilakukan pada saat sekolah minggu digereja, penelitian melalui observasi yang dilakukan pada saat aktivasi merek serta observasi tidak langsung dengan tujuan untuk mengamati respon target pasar yaitu orangtua yang mendampingi anak mereka mengikuti sekolah minggu dan target *audience* yaitu anak sekolah minggu, karena *Giftery Hampers* merancang *hampers* yang bisa digunakan oleh anak usia 1-5 tahun oleh karena itu penting untuk melihat reaksi dari target *audience*. Hasil rancangan yang didapatkan pun melalui aktivasi merek yang dilakukan didapatkan hasil bahwa target pasar maupun target *audience* cukup bersemangat dengan adanya produk sampel dari *Giftery Hampers* para anak-anak yang diberikan sampel pun antusias untuk mencoba barang yang ada didalam *mini hampers* dan para orangtua pun cukup menyadari bahwa *hampers* seperti yang dibagikan cukup bermanfaat bagi anak-anak dari itu para orangtua yang menginginkan informasi mengenai merek pun cukup antusias dalam mendengarkan dan banyak pula yang bertanya bagaimana memesan barang yang disediakan oleh *Giftery Hampers*.

Kata kunci: Aktivasi merek, media promosi, *hampers*, observasi.

ABSTRACT

“DESIGN OF BRAND ACTIVATION AND PROMOTIONAL MEDIA FOR GIFTERY HAMPERS”

This design is conducted with the aim to design brand activation and media campaign to introduce Giftery Hampers brand as a beginner business engaged in making hampers birthday that can be used by children aged 1-5 years. The research method used is the method of interview with the experts, the experts interviewed were also experts in the field of design and hampers in interviews to design experts and experts hampers are asked is about the design for brand activation and media campaigns to be in accordance with market desires and can be remembered by the market. In addition to interviews with research experts conducted is research conducted at the time of carrying out brand activation conducted at the Sunday school church, research through observations made at the time of brand activation and indirect observation with the aim to observe the target market response of parents who accompany children they are attending Sunday school and the target audience is a Sunday schoolboy, because Giftery Hampers designs hampers that can be used by children aged 1-5 years so it is important to see the reaction of the target audience. The result of the design obtained through the brand activation conducted got the result that the target market and the target audience is quite excited with the sample product from Giftery Hampers the children who were given samples were enthusiastic to try the items in mini hampers and the parents were quite aware that the hampers as distributed are useful enough for the children of the parents who want information about the brand is quite enthusiastic in listening and many are asking how to order goods provided by Giftery Hampers.

Keywords: Brand activation, promotional media, hampers, observation.