

## **ABSTRAK**

### **“PERANCANGAN BRAND IDENTITY ATTITUDE MELALUI PROMOSI MEDIA SOSIAL”**

Bulu mata palsu merupakan, produk yang wajib digunakan bagi kaum perempuan dalam acara penting, kegiatan sehari – hari sampai dapat digunakan untuk bepergian. Namun diperlukan juga bulu mata palsu berbagai model serta gaya yang pas agar dapat menunjang performa kaum perempuan serta meningkatkan kepercayaan diri. Maka dari itu, “ATTITUDE” bulu mata palsu ini akan dirilis dipasaran. ATTITUDE akan dipasarkan untuk semua kalangan umur, profesi, kawula muda bahkan ibu ibu, dengan harapan ATTITUDE menjawab solusi mereka dalam hal kesulitan mencari bulu mata palsu yang fleksibel dan praktis serta trendy dapat digunakan di berbagai keperluan.

Karena pada jaman yang serba praktis ini, menginginkan satu produk dengan berbagai keunggulan agar lebih efektif dan praktis. Dari hal tersebut ATTITUDE sangat diperlukan untuk mengubah pemikiran, bahwa pemakaian bulu mata harus full makeup, namun jika memakai produk ATTITUDE tidak perlu melakukan hal tersebut lebih menghemat waktu dan sangat efisien produk. Maka penambahan wawasan dan trend baru ATTITUDE sangat diperlukan.

Konsumen perempuan juga perlu memantau perkembangan produk ATTITUDE agar terus berkembang dan memiliki trend baru yang terus bermunculan. Serta dari pantauan tersebut terdapat kritik saran yang dapat membentuk Brand Identity ATTITUDE. Kemudian sejumlah varian produk memiliki Brand Image yang unik dapat digemari masyarakat. Sehingga ATTITUDE sangat cocok untuk digunakan serta sangat mampu untuk menarik daya beli konsumen.

**Kata kunci : Bulu Mata Palsu, Gaya Brand Image, Brand, Brand Identity, Konsumen,**

## **ABSTRACT**

### ***“Brand Identity Design of ATTITUDE Through Social Media Promotion”***

Eyelashes is a must thing to have and wear for a woman in a event, daily wears and also for going out. Not only for that, eyelashes models are also needed to complete the look for certain occasions for achieving higher level of confidence. Because of that, ATTITUDE Eyelashes will be released on the market. ATTITUDE will be marketed for people all ages, professions, teens or even for mothers into the answer for their need for flexibel and practical eyelashes.

Because of this practical era, ATTITUDE Eyelashes is going to change the perspective of people who wanted to use eyelashes. They dont have to wear full makeup again and would not waste anymore time doing that. For that, adding more insight and new trend is needed for ATTITUDE Eyelashes.

Woman consumers are also needed to look into ATTITUDE Eyelashes product development and trend so that ATTITUDE Eyelashes is the perfect choice for attracting consumers on their purchasing choices.

***Keywords : Fake eyelashes, Fashion, Brand Image, Brand, , Brand Identity, Consumers***