

ABSTRAK

“Perancangan Brand Campaign Guna Meningkatkan Brand Awareness Perusahaan JAS Wraps Car Branding Dengan Memanfaatkan Platform Digital

”

Dunia di sekeliling kita terus bergerak dan *platform digital* semakin berkembang, begitu pula persaingan bisnis yang semakin ketat. Tidak hanya saling bersaing untuk menjadi yang terdepan dengan berbagai macam kecanggihan teknologi yang dimiliki, namun juga saling berkompetisi untuk memikat hati target konsumen mereka. Berbagai cara akan dilakukan oleh para pelaku bisnis untuk memenangkan hati konsumen mereka, termasuk dengan memanfaatkan *brand awareness*. Namun, banyak juga perusahaan yang telah berdiri sejak lama tetapi terperangkap di zona nyaman. Mereka menikmati proses kerja yang telah tervalidasi selama bertahun-tahun, tanpa mereka sadari pasar terus berkembang dan mereka tidak lagi menjadi primadona di mata konsumen, karena adanya perubahan baik secara kebutuhan maupun gaya hidup. Hal ini yang dialami oleh JAS Wraps Car Branding, perusahaan jasa *branding* kendaraan ini sedang berada pada fase dimana promosi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth Communication*) sudah cukup, dan situasi perusahaan ini didukung pula oleh kurangnya tenaga marketing. Hal yang dipandang cukup oleh perusahaan ini sebenarnya belum cukup karena masih ada target konsumen yang belum mengenal keberadaan perusahaan. Oleh karena itu dibutuhkan penelitian ini, dengan harapan penelitian ini dapat menemukan langkah yang tepat untuk meningkatkan *brand awareness* konsumen terhadap perusahaan JAS Wraps Car Branding dengan memanfaatkan platform digital yang sudah semakin maju. Guna mendukung penelitian ini, maka dilakukan pengumpulan data secara kuantitatif dan kualitatif dengan wawancara narasumber yang terdiri dari *Expert User* dan *Extreme User*, formulir survei kepada responden dari target konsumen utama serta target konsumen kedua dan studi literatur dari jurnal serta buku terkait. Tujuan dilakukannya pengumpulan data secara kualitatif ialah untuk mendapatkan penilaian yang valid terkait desain dan pemilihan media yang digunakan selama langkah marketing ini berlangsung, serta dibutuhkan pengumpulan data secara kuantitatif untuk mendapatkan penilaian pendukung data kualitatif, yang memungkinkan masuknya kritik dan saran baru yang dibutuhkan. Media promosi yang tepat digunakan adalah media-media yang akrab dengan target konsumen perusahaan seperti media sosial dan website, serta layanan melalui booth untuk memberi ruang konsumen berinteraksi secara khusus dan langsung dengan perusahaan, didukung berbagai fasilitas informasi seperti brosur, flyer, x-banner dan katalog akan semakin memudahkan konsumen serta calon konsumen untuk mengenal perusahaan dan layanan yang ditawarkan. Dengan menggunakan gaya desain *Swiss Style* yang mengutamakan tampilan bersih, rapih dan menggunakan typeface *bold sans serif*, akan membantu penyampaian pesan secara lebih jelas kepada target konsumen utama perusahaan yang berjenis kelamin laki-laki. Setelah dilakukan perancangan dan serangkaian uji coba, didapatkan kesimpulan yang menunjukkan bahwa kampanye dapat digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan *Brand Awareness* perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian, melalui konten-konten

kampanye tersebut perusahaan dapat menarik minat konsumen dan calon konsumen untuk mengenal perusahaan lebih jauh lagi. Selain itu, konten-konten kampanye tersebut dapat bermanfaat untuk membantu perusahaan membagikan informasi terkait dengan jasa yang ditawarkan serta portofolio perusahaan. Didukung dengan penggunaan platform digital membuat langkah kampanye ini semakin mudah ditemui oleh target konsumen.

Keyword: *platform digital, target konsumen, perusahaan JAS Wraps, Car Branding, Brand Awareness*



ABSTRACT

“BRAND CAMPAIGN DESIGN TO INCREASE BRAND AWARENESS OF JAS WRAPS CAR BRANDING COMPANY BY UTILIZING A DIGITAL PLATFORM”

The world around us continues to move and digital platforms are increasingly developing, as is a business competition that is getting tougher. Not only competing with each other to be at the forefront with a variety of technological sophistication but also competing with each other to win the hearts of their target consumers. Various ways will be done by business people to win the hearts of their consumers, including by utilizing brand awareness. However, many companies have been established for a long time but are trapped in their comfort zone. They enjoy the work process that has been validated for years, without them knowing that the market continues to grow and they are no longer a prima donna in the eyes of consumers, because of changes in both needs and lifestyle. This is experienced by JAS Wraps Car Branding, this vehicle branding service company is in a phase where word of mouth promotion is sufficient, and the company's situation is also supported by a lack of marketing staff. This is considered sufficient by this company actually not enough because there are still target consumers who do not know the existence of the company. Therefore this research is needed, with the hope that this research can find the right steps to increase consumer brand awareness of the JAS Wraps Car Branding company by utilizing an increasingly advanced digital platform. To support this research, quantitative and qualitative data were collected by interviewing interviewees consisting of Expert Users and Extreme Users, survey forms to respondents from the main target audience, and second target consumers and literature studies from journals and related books. The purpose of doing qualitative data collection is to obtain a valid assessment related to the design and selection of media used during this marketing step, and quantitative data collection is needed to get a supporting assessment of qualitative data, which allows the inclusion of new criticisms and suggestions needed. Promotional media that is appropriate to use are media that are familiar with the company's target consumers such as social media and websites, as well as services through a booth to give consumers space to interact specifically and directly with the company, supported by various information facilities such as brochures, flyers, x-banners, and catalog will make it easier for consumers and prospective customers to get to know the

company and the services offered. By using a Swiss Style design style that prioritizes a clean, neat appearance and uses the bold sans serif typeface, will help deliver a clearer message to the company's main target audience of male sex. After the design and a series of trials were carried out, conclusions were obtained which showed that the campaign could be used as a means to increase the company's Brand Awareness. Based on the results of the research, through the campaign content, the company can attract the interest of consumers and potential customers to get to know the company further. In addition, the contents of the campaign can be useful to help companies share information related to the services offered and the company's portfolio. Supported by the use of digital platforms makes this campaign step more easily found by target consumers.

Keywords: *digital platform, target consumer, JAS Wraps company, car branding, brand awareness*

