

RINGKASAN EKSEKUTIF

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengatasi masalah yang dihadapi penulis selama masa magang di *Promotion and Lifestyle Application* yang bernama YUKK. Melalui diskusi dengan tim YUKK dan melakukan analisa menggunakan SWOT, IFE dan EFE *Matrix*, IE *Matrix*, Analisa Pareto, *Fishbone*, *Interrelationship Diagram* kami menentukan bahwa masalah pertama yang harus diselesaikan adalah *brand awareness* dari YUKK.

Konsep yang mendasari untuk menentukan strategi *brand awareness* yang diinginkan adalah dengan menggunakan konsep AIDA yang bertujuan untuk memposisikan perusahaan sudah dalam tahap apa dan kemudian dijadikan sebuah strategi untuk perusahaan. Konsep Promotional Mix yang terdiri dari lima perangkat besar yaitu *advertising*, *personal selling*, *direct marketing*, *public relation*, dan *sales promotion*. Kemudian konsep Brand Awareness yang memiliki beberapa tingkatan yaitu *unware of brand*, *brand recognition*, *brand recall*, dan *top of mind*.

Penulis menggunakan konsep AIDA untuk meningkatkan *awareness* dari YUKK. Penulis memiliki rencana implementasi yang terbagi menjadi jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang. Untuk dapat menyelesaikan masalah dari YUKK.

EXECUTIVE SUMMARY

This research made for the purpose to overcome the problems faced by the writer during the apprentice on promotion and lifestyle application named YUKK. Through a discussion with the YUKK Team and do analysis using SWOT, IFE and EFE the Matrix, IE the Matrix, Pareto Analysis, Fishbone, Interrelationship Diagram. We determine that the first problem that must be solved is brand awareness of YUKK.

The underlying concept for determining the desired brand awareness strategy is to use the AIDA concept whose aim is to position the company is in what stage and then be used as a strategy for the company. The concept of a promotional mix consisting of five devices big as Advertising, Selling, Personal Direct Marketing, Public Relations, and Sales Promotion. Then the concept of brand awareness that having several levels namely Unaware of the Brand, Brand Recognition, Brand Recall, and Top of Mind.

The writer using the concept of Aida to raise awareness of YUKK. The Writer has an implementation plan which is divided into, Short term, Medium term, and long term. To be able to solve the problem of YUKK.