

RINGKASAN EKSEKUTIF

Garam merupakan salah satu bumbu makanan yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia. Namun, garam juga merupakan salah satu penyebab dari penyakit hipertensi atau darah tinggi. Banyak orang yang sudah terkena hipertensi tidak bisa merasakan garam. Oleh karena itu, perusahaan Nutrindo Neutraceuticals melihat masalah ini sebagai sebuah peluang untuk menciptakan suatu produk garam untuk mencegah terjangkitnya penyakit hipertensi tetapi masih memiliki rasa yang sama seperti garam dapur biasa. Garam tersebut dinamakan Nutrisalin.

Dari tahun 2010 sampai 2014 penjualan Nutrisalin berfluktuasi dan tidak ada peningkatan yang signifikan. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan hal ini disebabkan oleh rendahnya *brand awareness* Nutrisalin. Setelah ditemukannya masalah tersebut, penulis menggunakan metode fishbone dan diagram penting-mendesak untuk mengetahui akar penyebab dari rendahnya *brand awareness*. Lalu ditemukanlah akar penyebab masalah tersebut yaitu tidak adanya komunikasi pemasaran secara efektif dan terstruktur sejak Nutrindo berdiri. Oleh karena itu, *project improvement* ini bertujuan untuk memberikan strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan *brand awareness* Nutrisalin yang dilandasi oleh konsep *message strategy* dan *hierarchy of effects*

EXECUTIVE SUMMARY

Salt is one of the ingredients food that is in demand by the people of Indonesia. However, salt is also one of the causes of hypertension or high blood pressure. Many people who have hypertension can not taste the salt. Therefore, Nutrimedindo Neutraceuticatama see this issue as an opportunity to create a product salt to prevent the outbreak of disease hypertension but still have the same taste as regular table salt. That salt named Nutrisalin.

From 2010 to 2014 Nutrisalin sales fluctuate and there is no significant improvement. Based on the results of observations that have been made this is caused by the low brand awareness Nutrisalin. After the discovery of the problem, the authors use the fishbone method and urgent-important diagrams to determine the root cause of the low brand awareness. Then root cause of the problem has found and that is the lack of effectiveness marketing communication and marketing communication not structured. Therefore, the case improvement project aims to provide marketing communications strategy to increase brand awareness Nutrisalin which is based on the concept of message strategy and a hierarchy of effects.