



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising and Marketing Communication
Sri Aptari Suci
44313120028

Aktivitas Brand Activation Best Denki Melalui Event Mega Roadshow Periode Juni – Desember 2017

Jumlah Halaman : viii + 75 Halaman + 14 Lembar Lampiran

Bibliografi : 17 Acuan, Tahun 2003 – 2011

ABSTRAK

PT. Best Denki Indonesia dalam meningkatkan brand awareness nya dengan menggunakan kegiatan promosi yaitu brand activation yang menitik beratkan pada pengalaman terhadap pelanggan atas atribut tertentu yang melekat pada suatu produk. Brand activation sangat lekat dengan kegiatan *event*, yang mana fokusnya adalah memberikan experience kepada pelanggan. Salah satu kegiatan *brand activation* yang dilakukan Best Denki Indonesia dalam rangka berpromosi adalah kegiatan Event Mega Roadshow, event yang termasuk dalam *calendar event* ini adalah event yang dilaksanakan secara rutin dan sangat terencana untuk tujuan yang jelas, selain untuk mencetak angka penjualan salah satu tujuan dari dilaksankannya event adalah peningkatan *Brand Awareness*.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan konsep Brand activation dan event sebagai konsep utamanya. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan paradigm konstruktivis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan menggunakan proses pengumpulan data lewat wawancara dan kajian data sekunder dari perusahaan.

Untuk meningkatkan brand awareness best denki menggunakan kegiatan brand activation yang salah satu nya adalah dengan *event* Mega Roadshow dimana pengelolaan *event* tersebut dibuat dengan tersusun rapih dan terencana demitujuan yang diinginkan.

Berdasarkan dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa pengelolaan *event* Mega Roadshow Best Denki sudah cukup meningkatkan *brand awareness* dengan berhasilnya *event* tersebut

Kata Kunci : *Brand Awareness, Brand Activation, Event*