



ABSTRAK

STRATEGI BRANDING EVENT ORGANIZER PT. SINAR KREATIF NUSANTARA DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

Altrininir Putrines Patmahini
5201711330

Branding tidak hanya dilakukan oleh individu saja, melainkan juga pada lembaga/institusi. PT. Sinar Kreatif Nusantara melakukan strategi *branding* ditengah meningkatnya persaingan bisnis *event organizer* di Indonesia. Dalam PT. Sinar Kreatif Nusantara mampu merancang dan sebagai pelaksana dalam *event* bergengsi meskipun barusaja didirikan. Hal tersebut perlu adanya strategi untuk membentuk *brand awareness* masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengetahui strategi *branding* yang dilakukan PT. Sinar Kreatif Nusantara dalam meningkatkan *brand awareness* melalui *brand positioning*, *brand identity*, dan *brand personality*. Penelitian ini menggunakan teori *brand expression* yang dikembangkan oleh Sisco Van Gelder. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil kesimpulan dari penelitian ini adalah pada tahap *brand positioning* PT. Sinar Kreatif Nusantara memiliki keunggulan dan diferensiasi dibandingkan pesaing yang lain. Selanjutnya pada *brand identity*, PT. Sinar Kreatif Nusantara dapat memberikan ciri khas dan identitas tersendiri dibandingkan kompetitor lain. Sedangkan pada tahap *brand personality*, PT. Sinar Kreatif Nusantara memberikan ciri khas kepribadian kepada klien sehingga diminati oleh klien. Ketiga tahapan tersebut digunakan PT. Sinar Kreatif Nusantara ketika melakukan strategi branding dalam meningkatkan brand awareness.

Kata Kunci: Branding, Brand Awareness, Event Organizer, Brand Expression

ABSTRACT

EVENT ORGANIZER BRANDING STRATEGY PT. SINAR KREATIF NUSANTARA IN IMPROVING BRAND AWARENESS

Altrininir Putrines Patmahini
5201711330

Branding is not only done by individuals, but also by institutions. PT Sinar Kreatif Nusantara carries out a branding strategy amidst the increasing competition in the event organizer business in Indonesia. PT Sinar Kreatif Nusantara is able to design and be the implementer of prestigious events even though it has just been established. therefore, a strategy is needed to form public brand awareness. This study aims to describe and determine the branding strategy carried out by PT Sinar Kreatif Nusantara in increasing brand awareness through brand positioning, brand identity, and brand personality. This study uses the brand expression theory developed by Sisco Van Gelder. This study uses a qualitative research method with a descriptive approach. Data collection techniques in this study are through interviews, observations, and documentation. The conclusion of this study is that at the brand positioning stage, PT Sinar Kreatif Nusantara has advantages and differentiation compared to other competitors. Furthermore, in brand identity, PT. Sinar Kreatif Nusantara can provide its own characteristics and identity compared to other competitors. While at the brand personality stage, PT Sinar Kreatif Nusantara provides a distinctive personality characteristic to clients so that they are in demand by clients. These three stages are used by PT Sinar Kreatif Nusantara when carrying out a branding strategy to increase brand awareness.

Keywords: *Branding, Brand Awareness, Event Organizer, Brand Expression*