

ABSTRAKSI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI ADVERTISING
MUTIA WULANDARI
20050530024

**STRATEGI KREATIF EVENT “VITACIMIN GROOVE YOUR BODY”
OLEH BIRO IKLAN GAMA LINGGATAMA JAKARTA DALAM
MEMBANGUN *BRAND* PRODUK VITACIMIN
TAHUN SKRIPSI: 2011 + 125 hal
Daftar Kepustakaan : 22 Buku (1983 – 2010) + 9 Sumber Online**

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana strategi kreatif event “*Vitacimin Groove Your Body*” oleh biro iklan Gama Linggatama Jakarta dalam membangun *brand* produk Vitacimin. Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang mengungkapkan suatu masalah atau peristiwa sebagaimana adanya dan sekedar untuk mengungkapkan fakta (*fact finding*) sehingga hasilnya adalah ditekankan pada penggambaran secara obyektif atau apa adanya tentang obyek yang diteliti. Vitacimin merupakan produk tablet hisap vitamin C 500 mg dari PT Takeda yang mengadakan kampanye *brand activation* “*Vitacimin Groove Your Body*” dalam rangka menampilkan dan memperkenalkan *image* barunya (*brand image*). Tim kreatif Gama Linggatama Ad menemukan strategi kreatif kampanye *brand* Vitacimin melalui *event brand activation* ini melalui tiga tahapan seperti mempersiapkan informasi-informasi pemasaran, membenamkan diri mereka untuk menetapkan suatu posisi atau *platform* dalam penjualan serta tujuan kampanye dan melakukan presentasi dihadapan klien. Strategi kreatif yang dirancang pada kampanye *brand activation* ini berdasarkan *consumer insight*. Dengan diadakannya *brand activation* ini diharapkan dapat menciptakan *brand awareness* serta terjadinya *brand experience* pada target audiens sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen pada *brand* Vitacimin.