

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Muhammad Irfan Afianto

**Strategi Promosi Jam Tangan Kayu JK Watch dalam Meningkatkan
*Brand Awareness***

Tahun skripsi dan Halaman; 2018 + 109 halaman + 3 gambar + 3 bagan

Daftar Pustaka : 18 buku + 6 jurnal +1 sumber internet

JK Watch sebagai *brand* baru dengan *taglinenya* “*The Indonesian Masterpiece*” yang mempunyai arti mengutamakan pembuatan produk dengan cara *handmade* serta memberikan kualitas terbaik, perlu adanya kegiatan dalam mengenalkan produknya agar terciptanya kesadaran akan merek (*brand awareness*) dari konsumen terhadap brand JK Watch yaitu melalui kegiatan promosi. Promosi yang dilakukan oleh JK Watch lebih memfokuskan pada kegiatan promosi *offline* karena dirasa lebih efektif daripada online. Promosi yang dilakukan JK Watch antara lain melalui periklanan (*advertising*), pameran, publikasi, promosi penjualan (*sales promotion*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*) dalam membangun kesadaran akan merek (*brand awareness*) masih kurang maksimal. Hal ini dapat diketahui dari iklan – iklan yang dibuat oleh JK Watch melalui media cetak yang hanya memberikan alamat mengenai gerai dari JK Watch dan proses pembuatannya, kurang memberikan pesan dan visual gambar yang menarik, selain itu minimnya budget untuk kegiatan promosi menjadi hambatan dalam kegiatan promosi yang dilakukan JK Watch dalam mengenalkan produknya kepada konsumen.

Kata kunci : strategi promosi, promosi *offline*, *brand awareness*, JK Watch

ABSTRACT

Muhammadiyah University Of Yogyakarta
Faculty of Social Science and Political Science
Department of Communication Sciences
The concentration of Advertising
Muhammad Irfan Afianto
JK Watch Wooden Watch Promotion Strategy in Increasing
Brand Awareness
Year of Thesis and pages; 2018 + 109 pages + 3 image + 3 tabel
Pustaka : 18 books + 6 journals + 1 internet sources

JK Watch, as a new brand of wooden watches with the tagline "The Indonesian Masterpiece" means that they use the highest quality handmade to their product need to introduce to consumers for create brand awareness of the JK Watch by doing promotional activities. The promotional activities by JK Watch focused on offline promotion because it is more effective than online. The promotional activities by JK Watch such as advertising (advertising), exhibitions, publications, sales promotions (sales promotion) and direct marketing (direct marketing) indicate that the promotional strategies that used by JK Watch are quite doesn't work. It can be seen in the advertisements of JK Watch through printed media only provide addresses of the outlets and the manufacture process, less creative message and less visual image of their product. Futhermore, the budget of promotional activities is an obstacle to introducing their products to consumers.

Key words : promotion strategy, offline promotion, brand awareness, JK Watch