

ABSTRAK

Set Message Concept Dyah Suminar Dalam Membangun Brand Image Sebagai Pionir
Mukena Travel Peraih Rekor Muri

Dyas Ritmakumala Priciliawati

18071326

Setiap perusahaan memiliki caranya tersendiri untuk memahami sikap dan menghadapi publik. Cara tersebut digunakan perusahaan untuk dapat mengenalkan produk perusahaan mereka kepada publik sehingga memerlukan sebuah konsep dalam hal tersebut. Begitu juga Dyah Suminar sebagai Brand yang memiliki produk memerlukan sebuah konsep untuk meningkatkan *brand image* terutama pada produknya yang telah mendapatkan rekor muri. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan kerangka pemikiran dan menghasilkan hipotesis serta menggunakan landasan teori menyangkut *brand image*, komunikasi pemasaran, marketing public relation dan *set message concept* yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Penelitian ini akan melihat bagaimana konsep yang sudah berjalan pada perusahaan dan akan disamakan dengan adanya landasan teori yang ditemukan. Serta mendapatkan adanya perbedaan teori dengan yang ditemukan pada perusahaan serta bagaimana strategi perusahaan mengganti untuk menyamakan hal tersebut. Penelitian ini mendapatkan hasil dimana perusahaan sudah memakai sebuah *set message concept* untuk membangun *brand image* untuk produk yang dimiliki dengan satu indikator yang belum terpenuhi sehingga perusahaan menggunakan cara pengganti agar indikator tersebut terpenuhi dan sesuai dengan keinginan perusahaan.

Kata kunci : Brand Image, Komunikasi Pemasaran, Marketing Public Relation

ABSTRACT

Set Message Concept Dyah Suminar Dalam Membangun Brand Image Sebagai Pionir
Mukena Travel Peraih Rekor Muri

Dyas Ritmakumala Priciliawati

18071326

Every company has its own way of understanding attitudes and dealing with the public. This method is used by companies to be able to introduce their company's products to the public so that it requires a concept in this regard. Likewise, Dyah Suminar as a brand that has a product requires a concept to improve brand image, especially for products that have received a Muri record. In this study using qualitative research methods by using a framework and generating hypotheses and using the theoretical basis regarding brand image, marketing communications, marketing public relations and set message concept which is the focus of this study. This research will look at how the concept is already running in the company and will be equated with the theoretical basis found. As well as getting a difference in theory with that found in the company and how the company's strategy changes to equalize it. This research has obtained results where the company has used a set message concept to build a brand image for its products with one indicator that has not been fulfilled so that the company uses a replacement method so that the indicator is fulfilled and in accordance with the wishes of the company.

Keywords: Brand Image, Marketing Communication, Marketing Public Relations