



RINGKASAN

DANTI SUKMANA PUTRI. 2021. Peran *Media Planner* PT. Citra Surya Indonesia dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Produk Wardah Pada Televisi. *The Role of Media Planner PT. Citra Surya Indonesia in Building Brand Awareness of Wardah Products on Media Television*. Program Studi Komunikasi, Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Dibimbing oleh STELLA SABRINA

PT. Citra Surya Indonesia yang bergerak di bidang *digital agency* yaitu jasa yang membantu perusahaan yang memasarkan serta mengkomunikasikan produk atau *brand* perusahaan bermitra dengan produksi kreatif dengan cara mengambil peran yang berbeda dengan *agency advertising* lainnya. Oleh karena itu PT. Citra Surya Indonesia bekerja sama dengan salah satu *brand* produk kecantikan yaitu wardah. Divisi *Media Planner* di PT. Citra Surya Indonesia untuk merekomendasi memasang sebuah iklan yang cocok dengan iklan tersebut, bagian merencanakan strategi media untuk menempatkan iklan ke televisi dan *media monitoring*.

Tujuan penulisan laporan akhir ini adalah menjelaskan peran *Media Planner* dalam meningkatkan *brand awareness* pada televisi serta hambatan apa saja yang di *Media Planner* di PT. Citra Surya Indonesia. Pengumpulan data untuk melengkapi laporan akhir ini dilaksanakan pada saat praktik kerja lapangan (PKL) terhitung sejak 1 Maret 2021 hingga 1 Mei 2021. Data yang terkumpul dalam laporan akhir ini adalah data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah partisipasi aktif, observasi wawancara, dan studi pustaka.

Hal yang akan dilakukan Produk Wardah untuk menimbulkan brand awareness dimasyarakat melakukan kegiatan iklan di musim tertentu dimana produk ini dibutuhkan, dengan cara ini Produk Wardah akan mudah dikenal oleh khalayak luas terutama pada target wardah. Dalam tahap ini, wardah sudah mencapai *purchase* pada penjualannya dimana para konsumen sudah mulai mengenali produk yang mereka butuhkan.

PT. Citra Surya Indonesia melakukan promosi iklannya difokuskan pada media televisi. Dimana media televisi dianggap merupakan media yang cukup berpengaruh besar terhadap *audience* yang disasar oleh sebuah *brand*. Wardah menggunakan media iklan televisi sebagai media beriklan, hal tersebut dilakukan karena media televisi dianggap media yang efektif mulai dari target market yang dapat menjangkau ke seluruh wilayah, dapat memilih tempat dan *budget* yang sesuai yang diperlukan dalam beriklan.

Adanya strategi pemasaran sangat penting untuk perusahaan *advertising* dalam menunjang berhasilnya kegiatan pemasaran, Dalam menjalankan strategi pemasaran tidaklah mudah, pasti terdapat berbagai hambatan dan solusi yang terjadi yang dapat memberikan pengaruh terhadap kegiatan pemasaran perusahaan.

Kata Kunci : *Media Planner*, PT.Citra Surya Indonesia, *Brand Awareness*, media televisi, strategi media