

ABSTRAK

Menurut survey yang dilakukan oleh ZapClinic Bersama MarkPlus kepada 6.460 responden pada tahun 2020 menyatakan 45,5% Wanita berusia 15-19 sudah mulai menggunakan produk kecantikan. Produk untuk bibir menjadi salah satu produk yang diminati dalam ranah kecantikan. Produk Jelly merupakan salah satu produk lip tint yang dikeluarkan oleh Pigeon Teens. Kandungan formula yang dimiliki oleh Jelly Tint memiliki manfaat untuk merawat bibir. Ketidaktahuan remaja Wanita terhadap produk Jelly Tint dikarenakan oleh kurang tepatnya penempatan media promosi dari Jelly Tint. Atas dasar tersebut, penulis membuat strategi iklan TVC untuk Jelly Tint, diikuti dengan penempatan media placement yang tepat. Penulis menggunakan metode kualitatif dengan mewawancarai beberapa narasumber yang terkait dengan perancangan strategi iklan ini dan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuisioner untuk mendapat data tentang brand awareness terhadap Jelly Tint. Sedangkan metode analisis yang digunakan adalah SWOT dan AISAS. Hasilnya berupa rancangan strategi iklan berupa TVC diikuti dengan pendukung strategi iklan lainnya.

Kata Kunci: brand awareness, iklan, jelly tint, pigeon teens, remaja, tvc.