

## ABSTRAK

Penampilan menjadi prioritas utama bagi semua orang di era modern, termasuk pilihan pakaian, gaya rambut, dan tata rias. Produk lokal mendapat perhatian besar dari pelanggan dalam hal memilih aksesoris sebagai pelengkap penampilan. Industri parfum lokal juga mengalaminya, karena mereka mulai tidak dianggap sebagai alternatif lagi dan menjadi pilihan utama mereka. Parfum digunakan untuk meningkatkan kepercayaan diri bagi seseorang. Untuk membedakan diri agar dapat membangun *brand awareness* lebih baik dari pesaing dan menarik minat pelanggan, Julis Perfume yang membutuhkan *brand awareness* melakukan inovasi dengan memasukkan aroma makanan atau minuman ke dalam produk parfum mereka. Namun, inovasi tersebut membutuhkan visualisasi sehingga dapat membuat pengalaman visual yang menarik bagi audiensnya. Dengan menggunakan media promosi iklan audio visual, yaitu *Television Commercial (TVC)*, Julis dapat mengaitkan aroma makanan dengan citra merek secara langsung dan menarik. *Television Commercial (TVC)* menyampaikan pesan dalam durasi yang terbatas, jadi konsumen tidak perlu berlama-lama untuk merasakan aroma parfum. Penyusunan audio untuk mendukung visual yang ada mempercepat pemrosesan pesan. Sehingga *brand awareness* dari Julis Perfume dengan perancangan ini akan mencapai tahapan selanjutnya.

**Kata kunci:** *brand awareness*, parfum, *television commercial (TVC)*