

ABSTRAK

PERANCANGAN BOOTH DAN STAND UNTUK PROGRAM “IM3 GOES TO CAMPUS” SEBEGAI SALAH SATU BRAND ACTIVATION

Oleh: Mochamad Risyad Aufa Rizky

1601210465

Program “Indosat IM3 Goes to Campus” merupakan strategi pemasaran langsung yang bertujuan meningkatkan interaksi dan kesadaran merek di kalangan mahasiswa, sebagai target pasar utama. Lewat pendekatan ini, Indosat ingin membangun koneksi emosional dan pengalaman positif dengan generasi muda di lingkungan kampus. Namun, program ini menghadapi tantangan seperti persaingan ketat di industri telekomunikasi dan kurangnya elemen interaktif yang mampu menarik perhatian mahasiswa. Untuk itu, penelitian ini dilakukan guna merancang booth dan stan komersial yang menarik, efisien, dan sesuai dengan preferensi mahasiswa. Data dikumpulkan melalui wawancara, kuesioner, dan observasi, lalu dianalisis menggunakan pendekatan Marketing Mix, AISAS, Matriks Analisis, Perbandingan Proyek Sejenis, USP, dan Brand Perception Map. Hasil menunjukkan bahwa pengalaman pengunjung yang menyenangkan, teknologi interaktif, dan desain visual yang kuat berperan penting dalam brand activation. Ketiga aspek ini mampu meningkatkan daya tarik booth dan keterlibatan mahasiswa secara aktif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa desain booth harus menggabungkan visual menarik, fitur digital interaktif, dan strategi komunikasi yang sesuai dengan karakter mahasiswa. Rancangan ini diharapkan mampu meningkatkan efektivitas program “IM3 Goes to Campus” dalam menjangkau dan membangun hubungan dengan mahasiswa.

Kata Kunci: Desain booth dan Stand, Brand Activation, Indosat IM3, mahasiswa, desain komersial