

ABSTRAK

Perkembangan industri kreatif di Indonesia pada sektor *fashion* mengalami peningkatan nilai ekspor sebesar 4,46% dibandingkan tahun lalu yang mana pada tahun 2024 mampu mencapai nilai ekspor sebesar 12,36 miliar dolar AS. Perkembangan tersebut menciptakan tren baru di mana parfum kini menjadi bagian dari *fashion* yang menyebabkan maraknya *brand* parfum lokal yang bermunculan seperti *brand* Xociety Fragrance. *Brand* yang berdiri pada bulan Februari 2024 masih belum banyak dikenal dibanding dengan *brand* parfum lokal lainnya. Walaupun telah mengeluarkan dua produk pertamanya, Xociety Fragrance masih menghadapi kesulitan untuk bersaing dengan *brand* parfum lokal lainnya. Dalam karya ini, penulis berperan sebagai *Creative Director* untuk video iklan produk baru mereka yang memiliki keunggulan dalam jumlah *notes* sebanyak 24 *notes* yang bernama “Garden of Words”. Video iklan produk ini dibuat dengan mengimplementasikan konsep *brand awareness* yang akan digunakan sebagai sarana promosi produk terbaru dari *brand* Xociety Fragrance yaitu Garden of Words. Pemaparan identitas dan ciri-ciri dari *brand* dan produk pada video iklan ini diharapkan mampu membuat audiens mengenali dan memperkuat *brand awareness brand* Xociety Fragrance. Video iklan berdurasi 1 menit 1 detik ini akan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana pendistribusiannya, dengan harapan mampu menjangkau audiens yang lebih luas.

Kata Kunci: *Parfum, Iklan Produk, Creative Director, Brand Awareness, Komunikasi Pemasaran*