

ABSTRAK

Perkembangan era digital yang pesat mendorong peningkatan kebutuhan masyarakat terhadap layanan internet yang cepat dan andal. Biznet, sebagai salah satu penyedia layanan internet berbasis infrastruktur digital di Indonesia, terus memperluas layanannya dengan menghadirkan berbagai solusi seperti Biznet Home, Biznet IPTV, hingga layanan cloud computing. Namun, meskipun memiliki teknologi unggul dan penetrasi pasar yang cukup luas, Biznet masih menghadapi tantangan dalam menciptakan *brand salience* di kalangan konsumen. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan di Kota Bandung, meskipun 70% responden mengenal Biznet, hanya 5,8% yang memilihnya sebagai penyedia layanan utama. Penelitian ini bertujuan untuk merancang kampanye periklanan yang efektif guna meningkatkan *brand salience* Biznet di benak konsumen. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, studi literatur, dan penyebaran kuesioner. Strategi komunikasi visual dalam kampanye ini dirancang dengan menekankan pada keunggulan koneksi internet cepat, stabil, dan bebas gangguan sebagai *unique selling point*. Hasil perancangan diharapkan mampu membentuk persepsi positif terhadap Biznet, memperkuat top-of-mind awareness, serta meningkatkan posisi Biznet sebagai pilihan utama dalam situasi pembelian layanan internet di kota Bandung.

Kata Kunci : Biznet, Kampanye Periklanan, TVC, *brand salience*