

***BRAND ACTIVATION* DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*  
(STUDI DESKRIPTIF PADA BAGINDO AZIZ CHAN *YOUTH CENTER*)**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata  
Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Andalas*

**Oleh :**

**Alifya Ayesha Safa Aurora**

**1910862024**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**2024**

***BRAND ACTIVATION* DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*  
(STUDI DESKRIPTIF PADA BAGINDO AZIZ CHAN *YOUTH CENTER*)**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata  
Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Andalas*

**Oleh :**

**Alifya Ayesha Safa Aurora**

**1910862024**

**Pembimbing:**

**Dr. Elva Ronaning Roem, M.Si**

**Revi Marta, M.I.Kom.**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**2024**

## ABSTRAK

### ***BRAND ACTIVATION* DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* (STUDI DESKRIPTIF PADA BAGINDO AZIZ CHAN *YOUTH CENTER*)**

Oleh:

**Alifya Ayesha Safa Aurora**

**1910862024**

UNIVERSITAS ANDALAS

**Dosen Pembimbing:**

**Dr. Elva Ronaning Roem, M.Si**

**Revi Marta, M.I.Kom.**

Keberadaan Bagindo Aziz Chan *Youth Center* dengan gedung serta fungsinya yang terbilang baru di Kota Padang membuat diperlukannya aktivitas *brand activation* agar masyarakat sadar dengan eksistensi gedung tersebut dan mampu memanfaatkannya sesuai dengan fungsinya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aktivitas *brand activation* yang dilakukan untuk membangun *brand awareness* Bagindo Aziz Chan *Youth Center* serta menganalisis hambatan dalam menjalankan aktivitas *brand activation* tersebut. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori PENCILS oleh Philip Kotler. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan paradigma post-positivisme. Metode pengumpulan data pada penelitian ini melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik Miles dan Huberman berupa reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan, dan verifikasi data. Hasil penelitian yang didapatkan adalah aktivitas *brand activation* untuk membangun *brand awareness* Bagindo Aziz Chan *Youth Center* yakni meluncurkan sistem *scan barcode*, *event* dengan dukungan pemerintah, pengembangan fasilitas dan gedung untuk menunjang aktivitas, staf sebagai representasi *public relations*, peluncuran *website* “Si Buyuang”, promosi media sosial, kolaborasi dengan media sosial instansi lain, dan promosi dari mulut ke mulut. Sedangkan hambatan dalam menjalankan aktivitas *brand activation* dalam membangun *brand awareness* Bagindo Aziz Chan *Youth Center* adalah hambatan teknis berupa latar belakang Sumber Daya Manusia (SDM) yang tidak sesuai dan pemilihan media yang belum maksimal.

**Kata Kunci:** *Brand Activation*, *Brand Awareness*, *Bagindo Aziz Chan Youth Center*

## **ABSTRACT**

### **BRAND ACTIVATION IN BUILDING BRAND AWARENESS**

**(DESCRIPTIVE STUDY AT BAGINDO AZIZ CHAN YOUTH CENTER)**

**By:**

**Alifya Ayesha Safa Aurora**

**1910862024**

**Supervisors:**

**Dr. Elva Ronaning Roem, M.Si**

**Revi Marta, M.I.Kom.**

*The existence of the Bagindo Aziz Chan Youth Center with its relatively new building and function in Padang City makes brand activation activities necessary so that people are aware of the existence of the building and are able to use it according to its function. This research aims to analyze brand activation activities carried out to build brand awareness of the Bagindo Aziz Chan Youth Center and analyze obstacles in carrying out these brand activation activities. The theory used in this research is the PENCILS theory by Philip Kotler. This research uses qualitative research methods with a descriptive approach and a post-positivism paradigm. The data collection method in this research is through interviews, observation and documentation. The data analysis technique used is the Miles and Huberman technique in the form of reduction, presentation and drawing conclusions, and data verification. The research results obtained are brand activation activities to build brand awareness for the Bagindo Aziz Chan Youth Center, namely launching a barcode scanning system, events with government support, developing facilities and buildings to support activities, staff as public relations representatives, launching the "Si Buyuang" website, promotions social media, collaboration with other social media agencies, and word of mouth promotion. Meanwhile, the obstacles in carrying out brand activation activities in building brand awareness for the Bagindo Aziz Chan Youth Center are technical obstacles in the form of inappropriate Human Resources (HR) background and inadequate media selection.*

**Keywords: Brand Activation, Brand Awareness, Bagindo Aziz Chan Youth Center**