

# commercial brand activation campaign

communication strategy

modules

PROGRAM  
STUDI  
DESAIN  
KOMUNIKASI  
VISUAL  
UNIVERSITAS  
PERSADA  
INDONESIA YAI

## sesi 1

### epistemologi

pengenalan epistemologi commercial campaign sebagai media promosi

## sesi 2

### struktur dan tahapan proses

struktur serta tahapan proses commercial campaign sebagai media promosi produk dari suatu brand

## sesi 3

### brand value

perumusan brand value atau nilai dari suatu produk yang ditawarkan pada target audience

sesi 4

## **brand awareness**

proses pencapaian brand awareness suatu produk berdasarkan pendekatan komunikasi dan nilai yang ditawarkan

sesi 5

## **communication approach**

strategi pendekatan komunikasi dari suatu produk dalam menjangkau target audience

sesi 6

## **diferensiasi**

perumusan diferensiasi suatu produk sebagai keunggulan produk dengan kompetitor pada kategori yang sama

## sesi 7

### brand image

peningkatan brand image suatu produk berdasarkan pada brand value serta brand awareness

## sesi 9

### visualisasi communication approach

implementasi visual berdasarkan pada pola pendekatan komunikasi yang diselaraskan dengan pola pikir (mindset) target audience

## sesi 10

### visualisasi diferensiasi

implementasi visual diferensiasi suatu produk sebagai keunggulan produk (unique selling point) dengan kompetitor pada kategori yang sama



# sesi 11 - 15

## visualisasi kreatif

penggabungan implementasi visual pendekatan komunikasi dan diferensiasi kedalam suatu template kreatif dengan narasi yang telah dirumuskan

keseluruhan proses visualisasi kreatif dilakukan melalui berbagai kategori visual baik melalui ilustrasi, fotografi maupun videografi

pelaksanaan uas dilakukan sesuai standar presentasi sidang tugas akhir dalam bentuk presentasi kelompok

## sesi 1

### epistemologi

pengenalan epistemologi commercial campaign sebagai media promosi

## sesi 2

### struktur dan tahapan proses

struktur serta tahapan proses commercial campaign sebagai media promosi produk dari suatu brand

## sesi 3

### brand value

perumusan brand value atau nilai dari suatu produk yang ditawarkan pada target audience

sesi 4

## **brand awareness**

proses pencapaian brand awareness suatu produk berdasarkan pendekatan komunikasi dan nilai yang ditawarkan

sesi 5

## **communication approach**

strategi pendekatan komunikasi dari suatu produk dalam menjangkau target audience

sesi 6

## **diferensiasi**

perumusan diferensiasi suatu produk sebagai keunggulan produk dengan kompetitor pada kategori yang sama



## sesi 7

### brand image

peningkatan brand image suatu produk berdasarkan pada brand value serta brand awareness

## sesi 9

### visualisasi communication approach

implementasi visual berdasarkan pada pola pendekatan komunikasi yang diselaraskan dengan pola pikir (mindset) target audience

## sesi 10

### visualisasi diferensiasi

implementasi visual diferensiasi suatu produk sebagai keunggulan produk (unique selling point) dengan kompetitor pada kategori yang sama



# sesi 11 - 15

## visualisasi kreatif

penggabungan implementasi visual pendekatan komunikasi dan diferensiasi kedalam suatu template kreatif dengan narasi yang telah dirumuskan

keseluruhan proses visualisasi kreatif dilakukan melalui berbagai kategori visual baik melalui ilustrasi, fotografi maupun videografi

pelaksanaan uas dilakukan sesuai standar presentasi sidang tugas akhir dalam bentuk presentasi kelompok