

ABSTRAK

Perkembangan multivitamin semakin pesat, melihat banyaknya multivitamin yang bisa dilihat di iklan-iklan ataupun dijual di pasar. Pada persaingan seperti ini maka dibutuhkan strategi yang berbeda-beda bagi setiap brand multivitamin tersebut.

Thesis ini membahas mengenai Fatigon Reguler di Jakarta. Fatigon Reguler sendiri sudah ada sejak 1984. Namun berkembang hingga sekarang memiliki brand extension dan terdiri dari 4 produk, Fatigon Reguler, Fatigon Spirit, Fatigon Viro dan Fatigon Hydro.

Jakarta sebagai ibu kota, memiliki beragam etnis dan budaya berkumpul disini. Kelas sosial dan pendidikan pun bercampur disini. Berbagai persepsi dan juga asosiasi bisa muncul ketika sesuatu di hadapkan ke penduduk Jakarta.

Integrated Marketing Communication (IMC), adalah suatu komunikasi marketing yang menyatu untuk menyampaikan pesan dari sebuah tujuan. Namun sebelum adanya IMC, harus terlebih dahulu didefinisikan masalah dari sebuah brand.

Brand Revitalization, adalah suatu strategi untuk meningkatkan performa sebuah brand. Bisa karena adanya persepsi yang buruk terhadap suatu brand, ataupun memang penyampaian brand yang sebelumnya tidak maksimal.

Thesis ini membahas kesemuanya itu dan menyimpulkannya menjadi satu.

Kata kunci : brand, brand awareness, brand association, Intergrated Marketing Communication.