

## Program humas pemasaran untuk meningkatkan awareness khalayak terhadap brand busana muslim wanita "Jasmine" = Marketing public relations programmes to increase public awareness of women islamic clothing brand "Jasmine" / Anissah Larasati

Anissah Larasati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423774&lokasi=lokal>

---

Abstrak

### **ABSTRAK**

Berdasarkan laporan BBC Indonesia, trend mengenakan busana muslim yang stylish dan modern di kalangan wanita atau yang belakangan ini akrab disebut dengan hijab menjadi suatu fenomena yang sedang terjadi di Indonesia. Trend ini juga terlihat dari maraknya brand busana muslim wanita yang bermunculan. Salah satu brand busana muslim yang ada di Indonesia ialah "Jasmine". Jasmine merupakan sebuah brand busana muslim wanita yang ada sejak tahun 2007.

Berdasarkan hasil survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan karakteristik wanita, berusia diatas 30 tahun dan mengenakan kerudung. Kuesioner disebarkan di beberapa pengajian yang ada di 6 Masjid besar di Jabetabek. Dari survey ini didapatkan hasil 87 % menyatakan belum pernah mendengar brand ini sebelumnya. Hal ini menindikasikan rendahnya kesadaran atau awareness khalayak terhadap brand "Jasmine". Penulisan karya akhir ini bertujuan untuk merancang serangkaian kegiatan humas pemasaran yang dapat meningkatkan brand awareness "Jasmine" di kalangan khalayak.

---

### **ABSTRACT**

According to a report by BBC Indonesia, the trend of wearing Muslim clothing that is stylish and modern among women or recently called the hijab became a phenomenon that is happening in Indonesia. This trend is also evident from the rise of Muslim fashion brand of women that have sprung up. One Muslim fashion brand in Indonesia is "Jasmine". Jasmine is a women Muslim fashion brand existed since 2007.

Based on the survey by distributing questionnaires to 100 respondents to the characteristics of a woman, aged over 30 years old and wearing a hijab. Questionnaires were distributed in several recitals in six major mosque in Jabetabek area. This survey showed 87% had not heard of this brand before. It is indicating the lack of public awareness of the brand "Jasmine". This final assignment aims to design a series of marketing public relations activities that can increase brand awareness of "Jasmine" among audiences.