

ABSTRAK

Tren berpakaian yang semakin berkembang dan menjadi alat komunikasi non-verbal paling penting saat ini membuat banyak industri pakaian berlomba-lomba menciptakan pakaian dengan tren yang ada. Play With Pattero merupakan salah satu merek industri pakaian yang menjual pakaian uniseks asal kota Bandung yang telah berdiri sejak akhir tahun 2018. Sejak tahun 2021, Play With Pattero mengalami kenaikan penjualan. Namun, penjualan pada konsumen perempuan lebih mendominasi dan rendahnya penjualan pada konsumen laki-laki. Hal ini menjadi permasalahan yang dihadapi karena Play With Pattero merupakan merek pakaian uniseks. Permasalahan ini didasarkan pada strategi promosi yang tidak tepat dan kurang tersampainya pesan kepada target audiens. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah membuat strategi promosi yang tepat untuk Play With Pattero agar menguatkan citra dan kesadaran merek Play With Pattero sebagai merek pakaian uniseks. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dan analisis data menjadi metode yang digunakan penulis. Penulis melakukan observasi pada media sosial dan situs perdagangan, serta melakukan wawancara dengan pemilik usaha. Data-data yang telah diperoleh tadi dimanfaatkan penulis untuk menggunakan strategi yang tepat dengan karakteristik target audiens. Hasil rancangan dari penelitian ini menggunakan metode aktivasi merek dengan penempatan media yaitu *Print Ads*, *Digital Campaign*, *Social Media Content*, *Booth*, *Challenge*, dan *Marchandise*.

Kata Kunci: promosi, citra merek, tren pakaian.