

ABSTRAK

Berry Project adalah sebuah jasa *entertainment* yang menawarkan jasa musik khususnya untuk acara pernikahan dan sejenisnya sejak 2010. Brand dalam kondisi tidak disadari masyarakat dan aset brand yang dimiliki tidak cukup kuat untuk bertahan menghadapi zaman dan berdiri mandiri. Dari permasalahan yang ditemukan, dilakukan pembelajaran literatur untuk memperbaiki kondisi perusahaan terkait brand dan promosi. Untuk melakukan rekonstruksi bentuk komunikasi visual brand, maka dilakukan analisis untuk mengetahui kondisi yang sudah ada apakah perusahaan tersebut benar-benar memiliki kelayakan untuk dipromosikan lebih. Kemudian proses tersebut dilanjutkan dengan studi banding terhadap promosi yang telah dilakukan brand-brand lain dan dilakukanlah analisis media dengan strategi *point of contact* untuk mengetahui media apa saja yang dibutuhkan untuk promosi *Berry Project*. Proses perancangan kemudian dilanjutkan dengan perancangan pesan komunikasi hingga proses sketsa. Sketsa kemudian diimplementasikan menggunakan perangkat lunak profesional. Hasil implementasi diverifikasi ulang agar tidak terjadi kesalahan saat promosi berlangsung dan di uji coba langsung ke responden dengan menggunakan sistem skenario. Brand terbukti berhasil menaikkan level *brand awareness* dan untuk penelitian selanjutnya untuk mencapai level *top of mind*, disarankan agar promosi dilanjutkan ke model viral dengan tetap mempertahankan aset baru saat ini.

Kata kunci: *Berry Project, brand awareness, promosi, wedding entertainment*