

ABSTRAK

Dunia *fashion* di Indonesia sekarang ini semakin berkembang dan diminati oleh masyarakat. Desainer *fashion* Indonesia pun turut berkembang di bidang *fashion* yang mereka minati, seperti salah satunya yaitu Albert Yanuar. Ia membuat sebuah merek busana baru, Algarry by Albert Yanuar, yang merupakan gaun siap pakai untuk wanita usia 20-30 tahun kalangan menengah keatas. Oleh karena itu, dibutuhkan kampanye periklanan untuk menciptakan komunikasi visual promosi yang menarik, komunikatif dan tepat untuk meningkatkan kesadaran merek yang sesuai dengan citra dari merek Algarry by Albert Yanuar. Citra merek yang ingin disampaikan Algarry by Albert Yanuar ini memiliki *transformable dress* yang unik dan praktis yang tersruktur dengan konsep rancangan khas Algarry yaitu *feminim but fierce* atau memiliki *strong look* yang diaplikasikan dalam detail motif dan pola. Maka, strategi kreatif yang digunakan dalam kampanye promosi Algarry by Albert Yanuar menggunakan strategi *Associate User Imagery* yang mengasosiasikan citra dari produk Algarry dengan merfleksikan produk kepada konsumen dengan menekankan *attention to details* (pola dan motif) dan *transformable*. Lalu di eksekusi menggunakan pendekatan secara emosional yang sesuai dengan psikologis target market dengan menempatkan rasa *excitement*, dan gengsi dan percaya diri dalam *strong look* yang ditampilkan sebagai citra merek Algarry.

Keywords: detail, pola, motif, *strong look*.