

## **ABSTRAK**

Cornellia & Co merupakan *public relations & marketing agency* pertama di Yogyakarta yang didirikan oleh Dr. Ayu Helena Cornellia pada 22 Desember 2016. Sebagai *public relations agency* pertama di Yogyakarta Cornellia & Co perlu melakukan *brand management* melalui strategi *branding* untuk memperkenalkan dan menanamkan *brand* di benak publik serta mendapatkan klien yang loyal. Penelitian bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan memetakan *brand management* Cornellia & Co dalam upaya mendapatkan *brand loyalty* di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan studi pustaka. Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber, dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Hasil penelitian ini adalah Cornellia & Co menerapkan *brand strategy* dengan membentuk tiga elemen dalam perencanaannya. Elemen yang dibentuk ialah *brand positioning*, *brand identity*, dan *brand personality*. Implementasi *brand strategy* Cornellia & Co merujuk pada strategi kegiatan yang biasa dilakukan oleh *public relations* yaitu strategi PENCILS. Hasil dari perencanaan strategi *branding* yang diterapkan Cornellia & Co ialah memperoleh *feedback* positif dari kliennya. Cara pendekatan yang dilakukan berhasil membuat klien menjadi loyal terhadap Cornellia & Co. Tingkatan loyalitas klien Cornellia & Co sudah sampai pada tahap *Linking the Brand*. Klien berkomitmen untuk terus menggunakan jasanya dan menyarankan ke orang lain. Pengukuran loyalitas klien secara berkala adalah salah satu cara yang dapat dilakukan oleh Cornellia & Co dalam menjaga loyalitas kliennya.

Kata Kunci: *brand management*, strategi *branding*, *public relations agency*, *brand loyalty*, Cornellia & Co

## ***ABSTRACT***

*Cornelia & Co is the first public relations & marketing agency in Yogyakarta which established by Dr. Ayu Helena Cornelia on 22 December 2016. As the first public relations agency in Yogyakarta, Cornelia & Co requires brand management by branding strategy to introduce and implant the brand to the public in order to gain loyal clients. The research aims to understand, describe, and mapping of brand management done by Cornelia & Co as their way to acquire brand loyalty in Yogyakarta. Qualitative method is applied in the research. Data collection technique of the research is obtained by interview, observation, and literature study. The validity of the data is tested using source triangulation which done by checking the obtained data through several sources. Based on the research, Cornelia & Co applied brand strategy by generating three elements in the planning, which are brand positioning, brand identity, and brand personality. The implementation of Cornelia & Co's brand strategy refers to public relations strategy. This strategy, which is often used by public relations activity, is also called PENCILS strategy. The result of branding strategy used by Cornelia & Co is gaining positive feedback from their clients. The approaching technique results in loyalty of Cornelia & Co's client. Their loyalty level has reached on 'Linking the Brand' level, which means they are committed to working with Cornelia & Co and suggest them to other people. Periodic loyalty measurement is one which can be done by Cornelia & Co to maintain their clients' loyalty.*

*Keywords:* *brand management, brand strategy, public relations agency, brand loyalty, Cornelia & Co*