

ABSTRAK

Perkembangan industri kreatif mendorong seluruh sektor termasuk bidang *art merchandising* Soresore. *Art merchant* yang mengaplikasikan karya ilustrasi ke produk-produk fungsional ini memiliki *followers* yang cukup besar angkanya yakni berjumlah 21.600, angka tersebut terbilang besar dibandingkan dengan *art merchant* lain khususnya di Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi yang digunakan oleh *art merchant* Soresore dalam membangun *brand image*. Metode penelitian ini yaitu kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teori yang digunakan adalah teori Strategi Kreatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan strategi kreatif efektif untuk membangun *brand image art merchant* Soresore. Strategi kreatif yang telah dilaksanakan oleh Soresore melalui tahapan proses kreatif James Webb Young yaitu *Innersion*, *digestion*, *incubation*, *illumination* dan *verification*. Strategi kreatif yang digunakan oleh Soresore berupa *uniqe selling propotition* yang dimiliki oleh Soresore dengan karakter-karakter yang membawa pesan terhadap adanya isu-isu yang sedang beredar. Bentuk dari implementasi strategi kreatif Soresore diantaranya adalah kolaborasi dengan mengangkat isu-isu yang sedang terjadi, disampaikan melalui media Instagram untuk mengkomunikasikan strategi kreatif Soresore maupun *brand image* yang ingin disampaikan Soresore yaitu *simple*, *cheerful*, dan *innocent*, dan faktor-faktor pendukung strategi kreatif dalam membangun *brand image* Soresore melalui *workshop* dan *display booth* saat bazar.

Kata kunci : Strategi kreatif, *art merchant*, *brand image*

ABSTRACT

The development of the creative industry is driving all sectors including the art field of Soresore merchandising. Art merchants who apply illustrative works to these functional products have quite a large number of followers, amounting to 21,600, the number is quite large compared to other art merchants, especially in Yogyakarta. The purpose of this study is to analyze the strategies used by Soresore art merchants in building brand image. This research method is qualitative with descriptive research type. The theory used is the theory of Creative Strategies. The results of this study indicate that the use of effective creative strategies to build brand image art merchants Soresore. Creative strategies that have been implemented by Soresore through the stages of James Webb Young's creative process are Innerion, digestion, incubation, illumination and verification. The creative strategy used by Soresore is in the form of unique selling proposition owned by Soresore with characters who carry messages about the issues currently in circulation. The forms of implementation of Soresore's creative strategy include collaboration with raising current issues, conveyed through Instagram to communicate Soresore's creative strategies and brand image that Soresore wishes to convey, namely simple, cheerful, and innocent, and the factors supporting creative strategies in building Soresore's brand image through workshops and display booths during the bazaar. Keywords: Creative strategies, art merchants, brand image

Keywords: *Creative strategies, art merchants, brand image*