

**KINERJA IMPLEMENTER LEWAT BRAND EQUITY DAN BRAND
POSITIONING DALAM VIDEO COMPANY PROFILE PT KEMILAU
ABADI SEJAHTERA**

SKRIPSI

Oleh :

HAYU WIRATI

2271650015



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2026**

**KINERJA IMPLEMENTER LEWAT BRAND EQUITY DAN BRAND
POSITIONING DALAM VIDEO COMPANY PROFILE PT KEMILAU
ABADI SEJAHTERA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana
Komunikasi (S.I.Kom) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

Oleh :

HAYU WIRATI

2271650015



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2026**



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190, Psw. 3461, Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hayu Wirati

NIM 2271650015

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **"MEMAKSIMALKAN KINERJA IMPLEMENTER LEWAT BRAND EQUITY DAN BRAND POSITIONING DALAM VIDEO COMPANY PROFILE PT.KEMILAU ABADI SEJAHTERA"** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Bila terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 2 Juli 2026



Hayu Wirati



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

**LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
KINERJA IMPLEMENTER LEWAT BRAND EQUITY DAN BRAND POSITIONING
DALAM VIDEO COMPANY PROFILE PT.KEMILAU ABADI SEJAHTERA**

Oleh:

Nama : Hayu Wirati

No. Induk Mahasiswa : 2271650015

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 2 Juli 2026

Menyetujui,

Pembimbing

(Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom)

NIDN: 0313119403

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)

NIDN: 0306108902

Dekan,

(Dr. Verdinand Robertua, M.Soc. Sc.)

NIDN: 0314038602



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

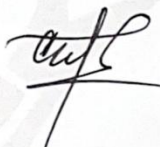
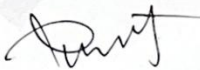
Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 29 Juni 2026 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama Mahasiswa : Hayu Wirati
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650015
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul **"MEMAKSIMALKAN KINERJA IMPLEMENTER LEWAT BRAND EQUITY DAN BRAND POSITIONING DALAM VIDEO COMPANY PROFILE PT.KEMILAU ABADI SEJAHTERA"** oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Prof. Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.Si	Sebagai Ketua	
2. Julian Andretty, S.I.Kom., M.I.Kom	Sebagai Anggota	
3. Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom	Sebagai Anggota	

Jakarta, 2 Juli 2026



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Hayu Wirati
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650015
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **MEMAKSIMALKAN KINERJA IMPLEMENTER
LEWAT BRAND EQUITY DAN BRAND
POSITIONING DALAM VIDEO COMPANY PROFILE
PT.KEMILAU ABADI SEJAHTERA**

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang
Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Hasil Ujian Skripsi" pada
tanggal 29 Juni 2026

Jakarta, 2 Juli 2026

Menyetujui,
Ketua Sidang/ Penguji I

(Prof. Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.Si)

Penguji II

(Julian Andretty, S.I.Kom., M.I.Kom)

Penguji III

(Silvia Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Hayu Wirati
Nomor Induk Mahasiswa : 2271650015
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi Karya
Judul Skripsi : **MEMAKSIMALKAN KINERJA IMPLEMENTER
LEWAT BRAND EQUITY DAN BRAND
POSITIONING DALAM VIDEO COMPANY PROFILE
PT.KEMILAU ABADI SEJAHTERA**

Telah Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 2 Juli 2026

Yang menyatakan,


B26EFAOX104708761

Hayu Wirati

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan penyertaannya-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi karya yang berjudul “Memaksimalkan Kinerja Implementer Lewat Brand Equity dan Brand Positioning yang Tertuang dalam Video Company Profile PT Kemilau Abadi Sejahtera” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi karya ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Proses penyusunan karya ini tidak hanya menjadi bagian dari pemenuhan kewajiban akademik, tetapi juga memberikan banyak pengalaman dan pembelajaran berharga bagi penulis, khususnya dalam memahami proses produksi media audiovisual serta penerapannya sebagai media branding perusahaan melalui video company profile.

Dalam proses penyusunannya, penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi karya ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, doa, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, yang senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan, kemudahan, serta petunjuk kepada penulis sehingga mampu melewati setiap proses dan tantangan selama penyusunan skripsi karya ini hingga selesai dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta, yaitu Bapak Aminnudin dan Ibu Sari Banon serta seluruh keluarga yang tidak pernah berhenti memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta motivasi kepada penulis selama menempuh pendidikan. Dukungan tersebut menjadi sumber semangat terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan karya ini.
3. Kak Silvi Nevane Paramasari, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing, yang dengan sabar telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, masukan, kritik, serta bimbingan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi karya ini.

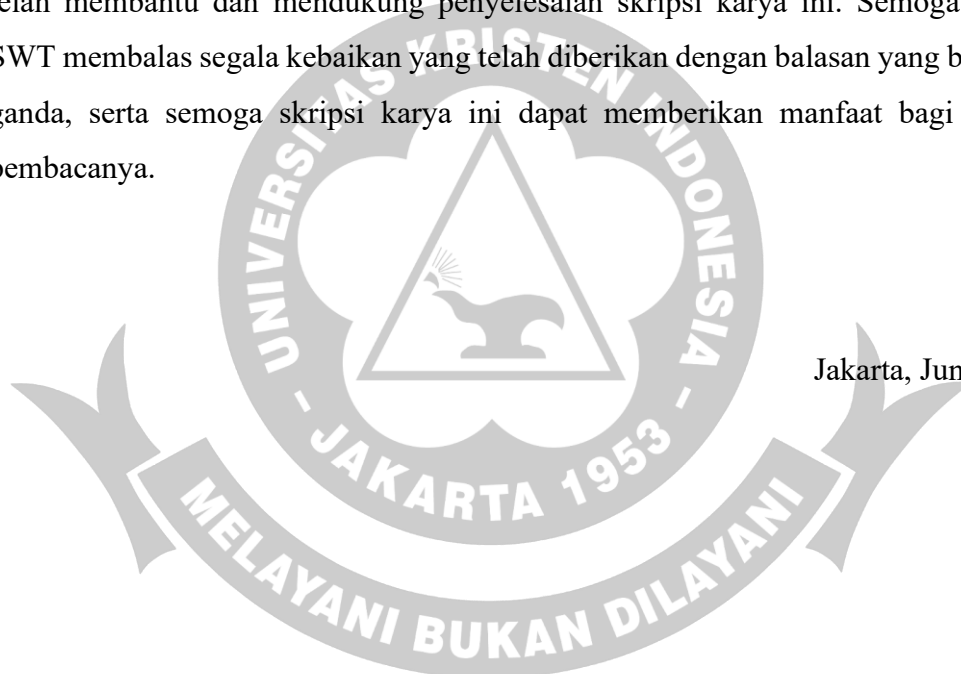
4. Kak Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Bapak Dr. Verdinand Robertua, M.Soc.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, serta seluruh dosen dan civitas akademika yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan pembelajaran yang berharga selama masa perkuliahan.
5. PT Kemilau Abadi Sejahtera, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan perancangan video company profile sebagai objek dalam skripsi karya ini. Penulis juga berterima kasih kepada seluruh pihak perusahaan atas keterbukaan informasi, dukungan, dan kerja sama yang telah diberikan selama proses pengumpulan data hingga pelaksanaan produksi karya.
6. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah dalam melewati setiap proses selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi karya ini. Terima kasih karena telah tetap melangkah di tengah rasa lelah, keraguan, dan berbagai tantangan yang dihadapi.
7. Nuansa Vitryanov Jaladara Ananda dan Febia Tasya Aritonang, selaku rekan tim produksi yang telah bersama-sama melewati setiap tahapan pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Terima kasih atas kerja sama, dedikasi, semangat, serta dukungan yang diberikan sehingga karya ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Clara Ayu Ashary, Jasmine Anjani dan Khansa Nayara, selaku sahabat-sahabat penulis sejak SMA yang telah menemani perjalanan penulis hingga saat ini. Terima kasih karena selalu hadir untuk mendengarkan cerita, memberikan semangat ketika penulis merasa lelah, serta bersama - sama berjanji akan lulus di tahun ini.
9. Niero Israj Abhista yang senantiasa memberikan dukungan penuh selama proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena selalu hadir untuk berbagi cerita dan memberikan semangat tanpa henti.
10. Teman-teman selama masa perkuliahan yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta semangat dalam menjalani proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi karya ini. Terima kasih atas kebersamaan, cerita, dan pengalaman yang

telah dibagikan, kehadiran kalian menjadi salah satu penyemangat bagi penulis untuk terus berjuang hingga dapat menyelesaikan karya ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi karya ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan evaluasi dan perbaikan di masa mendatang. Besar harapan penulis agar skripsi karya ini dapat memberikan manfaat, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang komunikasi, produksi media audiovisual, dan branding perusahaan, maupun sebagai referensi bagi penelitian atau karya sejenis di kemudian hari.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penyelesaian skripsi karya ini. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan dengan balasan yang berlipat ganda, serta semoga skripsi karya ini dapat memberikan manfaat bagi setiap pembacanya.

Jakarta, Juni 2026



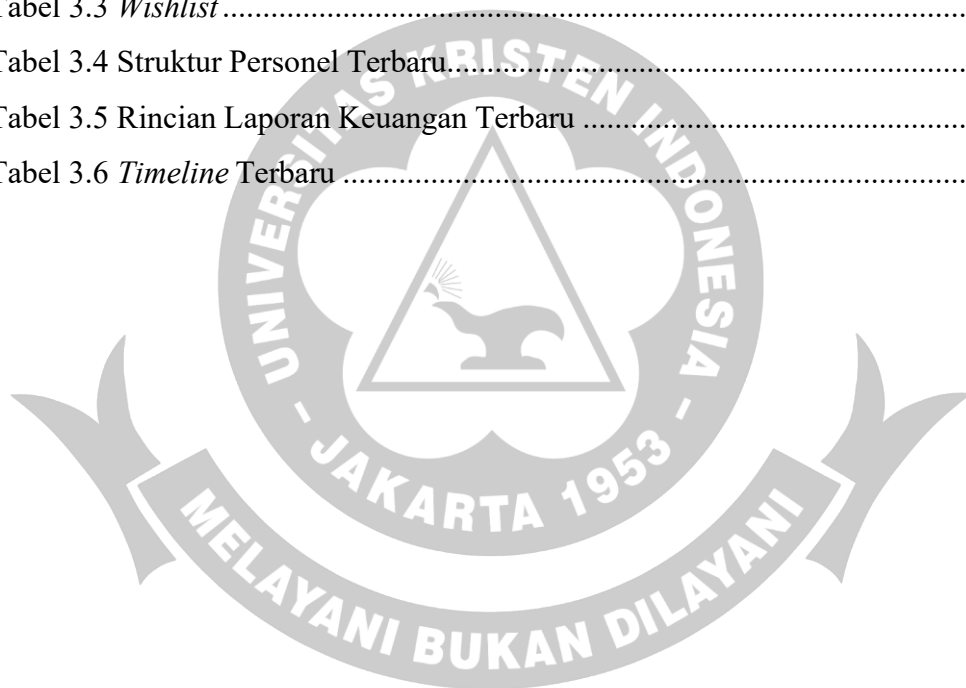
DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Penciptaan Karya.....	1
1.2 Rumusan Penciptaan Karya	2
1.3 Tujuan Karya	3
1.4 Manfaat Karya.....	3
1.4.1 Manfaat Akademis	3
1.4.2 Manfaat Praktis.....	4
1.4.3 Manfaat Sosial.....	4
1.5 Tinjauan Pustaka	4
1.5.1 Brand Equity.....	4
1.5.2 Brand Positioning.....	5
1.5.3 Video Company Profile	6
1.5.4 Implementer	7
1.5.5 Referensi Karya.....	8
BAB II RANCANGAN PENCIPTAAN KARYA	12
2.1 Deskripsi Karya	12
2.2 Rancangan Konsep Kreatif	14

2.2.1 Perencanaan Teknis	15
2.3 Objek Karya	21
2.4 Target Publikasi	21
BAB III PEMBAHASAN DAN IMPLEMENTASI KARYA	24
3.1 Pelaksanaan Penciptaan Karya.....	24
3.2 Pembahasan Karya	29
3.3 Analisis Karya.....	38
3.4 Evaluasi Penciptaan Karya.....	48
3.4.1 Wishlist	50
3.4.2 Personel	54
3.4.3 Laporan Keuangan	57
3.4.4 Timeline	60
BAB IV PENUTUP	64
4.1 Kesimpulan.....	64
4.2 Saran.....	65
4.2.1 Saran Akademis	65
4.2.2 Saran Praktis.....	66
4.2.3 Saran Sosial	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Referensi Karya.....	8
Tabel 2.1 Deskripsi Karya.....	13
Tabel 2.2 <i>Wishlist</i>	15
Tabel 2.3 Anggaran	17
Tabel 2.4 <i>Timeline</i>	19
Tabel 3.1 Pelaksanaan Penciptaan Karya	24
Tabel 3.2 Analisis Karya	38
Tabel 3.3 <i>Wishlist</i>	50
Tabel 3.4 Struktur Personel Terbaru.....	55
Tabel 3.5 Rincian Laporan Keuangan Terbaru	57
Tabel 3.6 <i>Timeline</i> Terbaru	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Akun Youtube PT KAS	22
Gambar 2.2 Akun Instagram PT KAS.....	22
Gambar 3.1 Video Teaser Company Profile Sumber: Instagram PT. Kemilau Abadi Sejahtera.....	30
Gambar 3.2 Jumlah <i>Views & Likes</i>	31
Gambar 3.3 <i>Views</i> Organik Youtube	32
Gambar 3.4 <i>Views</i> Non Organik Youtube	32
Gambar 3.5 Biaya Youtube Ads.....	33
Gambar 3.6 Data Sumber Penonton	35
Gambar 3.7 Perangkat Yang Digunakan Penonton Sumber: Youtube Studio Internal PT. Kemilau Abadi Sejahtera.....	35
Gambar 3.8 Perangkat Yang Digunakan Penonton Sumber: Youtube Studio Internal PT. Kemilau Abadi Sejahtera.....	36
Gambar 3.9 Bukti Wawancara - Calon Konsumen Sumber : Video Wawancara Perwakilan PT. Persada Inti Utama.....	42
Gambar 3.10 Bukti Wawancara - Calon Konsumen Sumber : Video Wawancara Perwakilan Restoran	43
Gambar 3.11 Bukti Wawancara - Calon Konsumen.....	44
Gambar 3.12 Bukti Wawancara - Mitra Yang Sudah Bekerja Sama Sumber : Tangkapan Layar Pertanyaan G-Form.....	45
Gambar 3.13 Bukti Unggah Instagram.....	52
Gambar 3.14 Bukti Unggah Instagram.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Kerjasama	70
Lampiran 2. Surat Kerjasama (Sambungan)	71
Lampiran 3. Surat Perjanjian Kerjasama <i>Videographer</i>	72
Lampiran 4. Surat Perjanjian Kerjasama <i>Videographer</i> (Sambungan)	73
Lampiran 5. Surat Perjanjian Kerjasama <i>Videographer</i> (Sambungan)	74
Lampiran 6. Surat Perjanjian Kerjasama Editor	75
Lampiran 7. Surat Perjanjian Kerjasama Editor (Sambungan)	76
Lampiran 8. Surat Perjanjian Kerjasama Editor (Sambungan)	77
Lampiran 9. Lisensi <i>Backsound</i>	78
Lampiran 10. Surat Pernyataan Publikasi	79
Lampiran 11. Dokumentasi	80



ABSTRAK

Di era digital saat ini, perusahaan dituntut untuk mampu menyampaikan informasi dan membangun citra perusahaan secara efektif melalui berbagai media komunikasi. PT. Kemilau Abadi Sejahtera (KAS) membutuhkan media yang dapat memperkenalkan profil perusahaan secara lebih menarik, profesional, dan mudah dipahami oleh calon konsumen maupun mitra bisnis. Oleh karena itu, penciptaan karya ini bertujuan menghasilkan *video company profile* PT. Kemilau Abadi Sejahtera dengan tema *Building Trust, Creating Future* sebagai media komunikasi perusahaan yang dapat memperkuat *brand equity* dan *brand positioning* perusahaan.

Proses penciptaan karya dilakukan melalui tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Dalam karya ini, implementer berperan pada tahap pasca produksi yang meliputi proses review dan revisi bersama *stakeholder* perusahaan, penyusunan strategi distribusi melalui media digital perusahaan, serta evaluasi hasil karya berdasarkan data performa media sosial dan wawancara dengan pihak perusahaan, mitra, serta calon konsumen.

Hasil penciptaan menunjukkan bahwa *video company profile* yang dihasilkan mampu menggambarkan identitas, nilai, layanan, dan komitmen PT. Kemilau Abadi Sejahtera secara jelas dan profesional. Berdasarkan hasil evaluasi, video mendapatkan tanggapan positif dari berbagai pihak karena dinilai mampu meningkatkan kepercayaan audiens terhadap perusahaan serta memberikan informasi yang lebih lengkap mengenai profil perusahaan. Selain digunakan sebagai media promosi digital, video ini juga dimanfaatkan sebagai media pendukung dalam kegiatan presentasi dan kerja sama bisnis. Dengan demikian, *video company profile* yang dihasilkan dapat menjadi aset komunikasi perusahaan

yang mendukung penguatan citra, *brand equity*, dan *brand positioning* PT. Kemilau Abadi Sejahtera secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Video Company Profile, Brand Equity, Brand Positioning, Media Digital.*



ABSTRACT

In today's digital era, companies are required to communicate information and build a positive corporate image through effective communication media. PT. Kemilau Abadi Sejahtera (KAS) needed a communication medium that could introduce the company's profile in a more engaging, professional, and informative way to prospective customers and business partners. Therefore, this project aimed to create a company profile video entitled *Building Trust, Creating Future* as a corporate communication medium to strengthen the company's brand equity and brand positioning.

The creation process consisted of pre-production, production, and post-production stages. In this project, the implementer's role focused on the post-production stage, including reviewing and revising the video with company stakeholders, developing a distribution strategy through the company's digital platforms, and evaluating the final work through social media performance data and interviews with company representatives, business partners, and prospective customers.

The results show that the company profile video successfully presents the company's identity, values, services, and commitments in a clear and professional manner. Based on the evaluation results, the video received positive responses from various stakeholders as it helped increase audience trust and provided a better understanding of the company's profile. In addition to serving as a digital promotional tool, the video has also been utilized to support business presentations and partnership activities. Therefore, the company profile video serves as a valuable communication asset that supports the long-term development

of PT. Kemilau Abadi Sejahtera's corporate image, brand equity, and brand positioning.

Keywords: Company Profile Video, Brand Equity, Brand Positioning, Digital Media.

