

ABSTRAK

Jayacom adalah usaha yang bergerak di bidang penjualan dan jasa *service* komputer. Berbeda dengan toko-toko komputer pada umumnya, toko ini dikelola oleh 2 (dua) orang ibu-ibu. Hal ini menjadi tidak biasa, khususnya pada toko komputer yang umumnya diisi oleh para laki-laki. Sayangnya, Jayacom tidak memanfaatkan keadaan tersebut sebagai kekuatan *branding* mereka, padahal hal tersebut merupakan sebuah modal keunikan yang jarang sekali dimiliki oleh toko komputer yang lain. Selain itu, media promosi yang dipakai oleh Jayacom pun masih terbilang terbelakang oleh para kompetitor yang lain. Sehingga, sebaran pelanggannya tidak seluas kompetitornya.

Tujuan dari penelitian ini adalah Merancang dan menentukan media promosi yang tepat untuk strategi kreatif *rebranding* Toko Jayacom berupa representasi wanita dalam teknologi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa metode observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan studi literatur.

Perancangan ini menghasilkan strategi kreatif *rebranding* dengan konsep representasi wanita dalam teknologi. media utama yang akan dipakai dalam perancangan ini berupa Instagram dan Facebook Ads, sedangkan media utama pendukungnya berupa brosur, kartu nama, spanduk, poster, *mouse pad*, pulpen, *mug*/gelas, Tas *spunbond*, gantungan kunci, nota dan stempel

Kata kunci: *Rebranding*, Wanita, Toko komputer.