

ABSTRAK

Konsep promosi saat ini sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat, bahkan bagi mereka yang notabene tidak terlibat langsung dengan konsep tersebut, dengan mudah mereka dapat menjawab apa yang dinamakan promosi walaupun tidak secara teoritis seperti yang diungkapkan oleh para ahli. Tidak mengenal seberapa besar sebuah usaha yang melakukan kegiatan promosi, karena baik sebuah perusahaan dari yang besar sampai yang kecil, semuanya melakukan kegiatan promosi, secara langsung maupun tidak langsung. Aktivitas promosi yang dilakukan Mangalo *clothing* sebelumnya hampir seragam dengan apa yang diupayakan oleh *brand* lain yang berada dalam bidang yang sama. Namun upaya-upaya yang telah dilakukan dalam kegiatan promosi Mangalo dianggap kurang menjangkau dari *target market* Mangalo sendiri, sehingga pada akhirnya guna mendukung program-program yang telah dilakukan, Mangalo Clothing membuat tim *Endorsement* untuk menjalankan strategi promosi *Support Public Figure*. Rumusan yang diangkat adalah bagaimana strategi *support public figure* sebagai sarana promosi Mangalo *Clothing*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana strategi *support public figure* yang dilakukan oleh Mangalo *Clothing*. Penulis juga melakukan wawancara mendalam dengan orang yang terlibat langsung dalam kegiatan promosi ini, yakni *CEO* dan *Promotion & Endorsement* Mangalo *Clothing*. Dari wawancara ini, penulis mendapatkan data statistik penjualan yang di dalamnya terdapat persentase konsumen *target market* dan konsumen bukan *target market* yang melatar belakangi strategi promosi ini. Untuk lebih menguasai *target market* yaitu anak remaja tanggung, Mangalo melakukan pendekatan internalisasi, identifikasi diri, dan ketundukan dengan menggunakan *public figure* untuk mempengaruhi *target market*nya. Hasil analisa memperlihatkan bahwa usia remaja tanggung adalah usia pencarian jati diri seorang anak sebelum memasuki usia dewasa, termasuk dalam berpakaian. Usia remaja tanggung adalah usia di mana seorang anak sering menirukan apa yang dilakukan oleh idolanya, termasuk dalam berpakaian. Usia remaja tanggung adalah usia di mana seorang anak mudah tunduk terhadap permintaan orang yang dikaguminya. Strategi *support public figure* sebagai sarana promosi Mangalo *Clothing* merupakan strategi yang tepat melihat karakter *target market* seperti itu.