

ABSTRAK

Metode yang digunakan dalam pembuatan penelitian ini adalah metode kualitatif, metode analisis, metode pengumpulan data (observasi, wawancara, studi pustaka), metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunitties, Threat*), metode matriks dan metode AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain komunikasi visual, promosi, media promosi, strategi kreatif, strategi media, brand, konsumen dan periklanan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang belum mengenal atau mengetahui Mens Republic dikarenakan media promosi yang digunakan kurang inovatif dan efektif. Strategi kreatif dengan membuat media poster digital dan *video challenge* guna untuk mengajak dan berinteraksi dengan konsumen sehingga mendapatkan perhatian masyarakat serta meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap Mens Republic.

Kata kunci: brand lokal, *fashion*, Mens Republic, sepatu pria, strategi promosi.