

## PERANCANGAN STRATEGI KREATIF PROMOSI

### PRODUK HILO ACTIVE

#### ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena yang sering terjadi di kalangan usia aktif seperti dewasa yang cenderung terus meningkat. Penyakit persendian yang sering di alami oleh kalangan dewasa, menurut salah satu penelitian dinkes penyakit sendi yang sering di alami oleh usia aktif usia 20-30 tahun adalah penyakit reumatik adalah *Rheumatoid Arthritis* (Nainggolan,2009). *Rheumatoid Arthritis (RA)* merupakan penyakit auto imun yang paling umum, yaitu peradangan pada sendi yang terjadi pada usia dewasa. Hal ini dapat mengganggu aktivitas masyarakat. Hilo Active merupakan produk susu yang berasal dari indonesia dan dituju untuk masyarakat usia aktif yang memiliki banyak kegiatan, memiliki manfaat dan keunggulan yang cocok untuk menjaga penyakit sendi yang sering di alami, Sebagian besar masih banyak yang belum mengetahui produk Hilo active ini oleh sebab itu menjadi kendala bagi produk Hilo Active. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif yang berupa observasi fenomena dan tingkah laku. Penulis melakukan observasi untuk mendapatkan data perusahaan dan produk tersebut. Metode wawancara yang digunakan untuk mencari tahu lebih dalam mengenai data perusahaan dan *costumer journey*, Kuesioner untuk mendapatkan data konsumen mengenai produk, dan studi pustaka mendukung penulisan ini. Metode yang digunakan supaya menemukan cara untuk memperkenalkan produk tersebut kepada target audiens. Perancangan strategi promosi yang di lakukan untuk meningkatkan produk dan keunggulan produk. Penelitian ini akan menghasilkan strategi promosi dengan berupa *Brand Activation*.

Kata Kunci : *Brand Activation*, Hilo Active, Perancangan Strategi promosi, *Rheumatoid Arthritis*,