

ABSTRAK

Belakangan ini sedang marak trend gaya hidup sehat karena berbagai kalangan telah menyadari pentingnya kesehatan, trend tersebut berhasil mempengaruhi gaya hidup masyarakat luas, oleh karena itu banyak orang yang mencoba beralih ke gaya hidup sehat sehingga produk olahan nabati yang menjadi alternatif mulai mendapatkan tempat di hati dan pikiran masyarakat luas. Di tengah trend tersebut, Tropicana Slim Oat Drink hadir sebagai minuman sehat yang terbuat dari oat sebagai sumber serat dan kalsium yang bebas gula dan rendah lemak serta mengandung vitamin A dan D. Namun, belum banyak masyarakat luas yang mengetahui produk Tropicana Slim Oat Drink, salah satu penyebabnya karena promosi yang dilakukan oleh Tropicana Slim Oat Drink hanya terfokus pada media digital dan hanya berupa sponsorshop atau kolaborasi. Oleh karena itu, penulis memberikan solusi dengan merancang promosi yang tepat sehingga dapat menarik perhatian masyarakat luas. Dalam perancangan promosi ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif seperti studi pustaka, observasi, wawancara dan menyebarkan kuesioner. Kemudian, penulis juga menggunakan metode analisis menggunakan SWOT, AISAS dan AOI berdasarkan proses tersebut akan menghasilkan sebuah big idea yang digunakan untuk membantu perancangan promosi dengan menggunakan media yang tepat. Konsep big idea pada perancangan ini adalah berupa event olahraga pound fit yang berjudul “Pound Fest” serta terdapat media pendukung lainnya seperti poster dan berbagai merchandise.

Kata Kunci : *Event, Gaya Hidup Sehat, Oat, Trend, Tropicana Slim Oat Drink*