

## **ABSTRAK**

Penelitian ini merupakan penelitian perancangan promosi dan edukasi untuk salah satu brand olahraga ternama dari Indonesia yaitu Ortuseight. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan strategi digital dan promosi yang efektif, menarik, mudah dipahami dan tepat sasaran untuk target audiens bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengetahuan audiens terhadap brand Ortuseight dan pengetahuan tentang seberapa pentingnya sepatu dalam kegiatan berolahraga. Ortuseight memiliki banyak produk yang dikeluarkan diantaranya, jaket, jersey, kaos kaki, shin guard, sepatu, manset, t-shirt, dan hijab sport dan lain sebagainya dengan kualitas yang cukup baik. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk memberikan edukasi terhadap masyarakat, bahwa pentingnya berolahraga dan alat pengaman ketika berolahraga seperti sepatu yang layak, baju, celana, atau bahkan kaos kaki sebagai pelindung dan juga kenyamanan, juga menjadi salah satu sarana edukasi kepada masyarakat. Namun, kebanyakan brand olahraga yang memiliki kualitas yang cukup baik masih kurang bisa dipahami oleh masyarakat karena kurangnya edukasi terhadap seberapa pentingnya alat pengaman untuk berolahraga. Metode penelitian yang digunakan meliputi metode observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Data-data yang dikumpulkan akan dikelompokkan dan disortir sesuai dengan kebutuhan penelitian. Adapun landasan teori yang digunakan, mencakup brand awarness, strategi kreatif, warna, dan promosi.

***Kata Kunci:*** Brand Olahraga, Ortuseight, Promosi, Strategi Digital