

Abstrak

Demi menjaga Kesehatan tentu saja kita harus menjaga asupan nutrisinya setiap harinya, salah satu nutrisi tersebut adalah serat, Berdasarkan Riset Kesehatan Dasar dari Kementerian Kesehatan, 95% Masyarakat Indonesia tidak memenuhi asupan serat hariannya, padahal ada beberapa cara untuk memenuhi kebutuhan serat harian salah satunya adalah dengan meminum Fibe Mini. Fibe Mini adalah minuman yang mengandung 6000mg serat, yang membantu memenuhi 20% kebutuhan serat harian. Fibe Mini juga baik dan aman untuk dikonsumsi oleh semua orang dari berbagai usia dan dapat dibeli secara langsung di toko - toko terdekat. Akan tetapi kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya memenuhi kebutuhan serat, dan juga Fibe Mini masih sangat kurang untuk memanfaatkan fitur dan media sosial yang ada, menjadikan kurangnya *awareness* masyarakat tentang produk Fibe Mini. Maka dari itu digunakan metode penelitian kualitatif, dengan pengumpulan data dari observasi, wawancara, kuesioner dan literatur, yang kemudian diolah menggunakan analisis, SWOT dan AOI untuk merumuskan strategi kreatif dan strategi promosi, serta pemilihan media yang tepat, untuk promosi produk Fibe Mini. Sehingga dapat menimbulkan *awareness* masyarakat tentang produk Fibe Mini. Dengan demikian, perancangan strategi promosi produk Fibe Mini dapat membuat Fibe Mini dikenal lebih luas.

Kata Kunci: Fibe Mini, Serat, Promosi