

ABSTRAK

Posisi Indonesia sebagai salah satu negara dengan ekspor produk kulit dan alas kaki terbesar di dunia. Meskipun menghadapi masa krisis pandemi, Indonesia berhasil mempertahankan dan meningkatkan nilai ekspor produk tersebut. Selain itu, Indonesia juga memiliki potensi pariwisata yang tinggi dan menjadi negara berkembang dengan sumber daya alam pariwisata yang melimpah.

Dalam konteks ini, kebutuhan akan pakaian dan alas kaki yang sesuai untuk aktivitas di alam semakin penting. Salah satu produsen pakaian olahraga di Indonesia, Berca Sportindo melalui *brand* League, telah memproduksi beragam jenis pakaian olahraga, termasuk sepatu *outdoor light trekking*. Namun, produk League XTO, yang termasuk dalam kategori tersebut, menghadapi tantangan dalam penjualan dan persepsi konsumen.

Penelitian ini mengidentifikasi beberapa masalah dalam strategi promosi League XTO, termasuk keterbatasan dalam media iklan dan kurangnya komunikasi yang efektif kepada konsumen potensial. Untuk lebih menjangkau target *audiens* dan mempersuasinya, perlu strategi komunikasi iklan terpadu yang dapat menjangkau target konsumen dengan maksimal dengan penyebaran iklan yang efektif di berbagai media baik digital maupun konvensional.

Pada Penelitian ini akan dibuat sebuah rancangan strategi promosi berdasarkan data temuan dari beberapa aspek seperti ; analisa *costumer journey*, analisa SWOT, analisa perbandingan kompetitor, analisa target konsumen potensial, dan juga dikombinasikan dengan data hasil observasi dari beragam perspektif baik secara nyata maupun maya. Adapula hasil rancangan media iklan yang dibuat akan berupa rangkaian promosi yang terintegrasi satu dengan lainnya, diantaranya yakni ; *event Marketing* untuk meningkatkan interaksi target konsumen dengan produk, serta penyampaian fitur manfaat dan keunggulan produk League XTO melalui media iklan digital melalui jaringan internet dan platform sosial media, juga penyampaian iklan melalui media konvensional seperti iklan media luar ruang dan iklan dalam toko.

Kata kunci: IMC, desain komunikasi visual, sepatu *outdoor*, strategi promosi