

ABSTRAK

Peningkatan kebutuhan protein hewani beriringan dengan standar hidup manusia yang semakin meningkat menyadarkan akan pentingnya kebutuhan protein hewani bagi manusia, salah satunya adalah susu. Salah satu merek susu segar yang kita kenal di Indonesia adalah produk dari Greenfields yaitu Greenfields Fresh Milk. Greenfields Fresh Milk adalah produk susu dari PT Greenfields Indonesia, perusahaan susu terbesar di Asia Tenggara. Namun, meskipun memiliki potensi, produk ini menghadapi masalah dalam strategi pesan dan media promosi yang belum optimal. Jika tidak ada inovasi dalam hal ini, Greenfields mungkin kalah bersaing dan tidak mencapai target audiens, sehingga diperlukan sebuah promosi untuk masalah ini. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif berupa kuisisioner dan wawancara, hal ini karena penelitian yang dilakukan berupa observasi dari fenomena sosial dan tingkah laku yang terjadi baik secara lisan maupun tulisan. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik teori AISAS dan analisis SWOT. Tujuan penelitian ini adalah agar terancangannya strategi pesan promosi untuk menjangkau target audiens serta terancangannya strategi media promosi yang digunakan Greenfields Fresh Milk untuk meningkatkan *engagement* produk dengan konsumen. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa perancangan konsep media promosi yang tepat bagi Greenfields Fresh Milk diperlukan dalam meningkatkan *engagement* konsumen terhadap produk ini.

Kata kunci : Media promosi, Periklanan, Susu