

ABSTRAK

Kahuripan Foods merupakan salah satu pelopor *home industry* alami yang bergerak dalam bidang makanan yang memproduksi produk keju lokal dan produk lainnya yang memanfaatkan susu segar sebagai bahan bakunya sejak tahun 2018. Sebagai media promosi, Kahuripan Foods kerap melakukan kegiatan promosinya melalui media sosial seperti Instagram. Namun kendala yang dihadapi oleh Kahuripan Foods saat ini adalah belum mengoptimalkan dalam mempromosikan produknya sehingga sulit menasar target audiens dan persaingan yang cukup ketat dari kompetitor sejenis membuat Kahuripan Foods masih belum dikenal oleh khalayak pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi promosi yang tepat melalui pendekatan *brand activation* dalam menciptakan *brand awareness* di Kahuripan Foods. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pendekatan desain dan pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, survei kuesioner, studi literatur dan dokumentasi. Analisis yang dilakukan antara lain adalah analisis data khalayak (segmentasi, target, positioning), analisis pesaing (kompetitor), analisis SWOT, dan menggunakan metode AISAS yang bertujuan untuk membuat strategi promosi berdasarkan reaksi atau perilaku target audiens.

Dalam mengoptimalkan pemasaran produk untuk membangun kesadaran merek di Kahuripan Foods, hasil penelitian berupa perancangan strategi promosi yang menggunakan *brand activation* melalui konten digital melalui media sosial Instagram dan media penunjang aktivasi merek seperti media Food Truck sebagai upaya meningkatkan *awareness* terhadap Kahuripan Foods.

Kata Kunci: *Brand Activation*, *Brand Awareness*, Promosi, Kahuripan Foods