

ABSTRAK

Produk Biore Experience Series belum mendapatkan *brand awareness* seperti varian produk sabun mandi lain milik Biore yaitu varian “Beauty Body Foam” dan “Bright Body Foam”. Hal ini menimbulkan produk Biore Experience Series belum menjadi pilihan yang menarik bagi konsumen. Biore perlu melakukan gebrakan berupa *brand activation* untuk untuk mempromosikan produk Biore Experience Series. *Brand activation* adalah proses interaksi pemasaran yang memungkinkan konsumen memahami merek, sehingga akhirnya mereka menerima merek tersebut sebagai salah satu bagian dari kehidupan mereka. Melalui *event brand activation* kepada wanita aktif berumur 18-25 tahun di wilayah perkotaan Indonesia. Kegiatan ini bertujuan untuk membangun *brand awareness* dari produk Biore Experience Series, menyorot keunikan dari produk, dan membangun ikatan emosional dengan target audiens. Koneksi emosional antara merek dan calon konsumen dapat memperbesar kesadaran merek. Dengan meningkatnya kesadaran merek, nilai merek juga akan naik, yang pada akhirnya dapat membentuk loyalitas pelanggan. Hasil perancangan menunjukkan bahwa perancangan dengan metode pengumpulan data yang digunakan dapat meningkatkan *brand awareness* dari produk Biore Experience Series.

Kata Kunci: Brand Activation, Brand Awareness, Biore Experience Series