

ABSTRAK

Kepraktisan makanan olahan siap saji pastinya sudah tidak asing karena peminat makanan instant yang sangat banyak. Memiliki proses memasak singkat perlu waktu 3-5 menit. Menurut riset *Grand View Research* pasar makanan siap saji tahun 2019 dan diperkirakan terus meningkat sebesar 5,5% dari 2020 hingga 2027. Sejak pandemi 2020 penjualan online meningkat dikarenakan tetap harus di rumah, semua supermarket menutup penjualan *offline* lalu membuka penjualan *online* agar kebutuhan konsumen terpenuhi dan produk makanan instan menjadi solusi praktis. Maka perancangan ini membuat media iklan *brand recognition* produk makanan instan siap saji keluaran terbaru yaitu sarden ABC serundeng yang belum dikenal keunikan produk ini oleh generasi milenial yaitu ibu-ibu yang sudah bekerja. Serta meningkatkan pengenalan promosi pada media offline untuk memfokuskan produk ABC sarden memiliki rasa terbaru melalui POP dan product Desain. Dengan metode wawancara, observasi, kuisioner dan analisis data, untuk memperkenalkan produk sarden ABC serundeng agar memperluas informasi produk kepada jangkauan pasar.

Kata kunci: *Brand Recognition*, Media Offline, dan Sarden ABC serundeng.