

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi promosi yang efektif untuk produk Teh Sariwangi Hitam Jahe dan Kunyit melalui metode AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share). Penelitian ini mengidentifikasi masalah kesehatan dan gaya hidup sehat sebagai latar belakang yang relevan untuk produk ini, mengingat pentingnya keseimbangan fisik, mental, dan sosial dalam kehidupan sehari-hari. Data dikumpulkan melalui kuesioner, observasi, dan wawancara dengan konsumen serta analisis SWOT dan matriks perbandingan untuk menentukan peluang dan keuntungan strategi pemasaran. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang melibatkan media utama seperti TVC, Instagram, dan media cetak dapat meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk Teh Sariwangi. Promosi ini juga dirancang untuk menciptakan interaksi yang mendalam dengan konsumen melalui konten yang informatif dan menarik, yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi merek di pasar. Kesimpulan dari penelitian ini menyarankan agar perusahaan terus mengadaptasi strategi promosi yang responsif terhadap perubahan perilaku konsumen dan dinamika pasar.

Kata kunci : Iklan Televisi Komersil, Perancangan TVC, Minuman Herbal, Teh Sariwangi