

ABSTRAK

Exsport membangun *brand value* dengan 3 *brand activity*, yaitu *productive*, *active*, dan *recreative*. Namun berdasarkan data kuesioner, *awareness brand activity* Exsport: *recreative* masih jauh lebih rendah berada di bawah target audiens dibandingkan dengan *activity* lain (*productive* dan *active*). Berdasarkan hasil observasi, kegiatan *activation* yang telah dilakukan Exsport masih kurang mengangkat *brand activity: recreative*. Salah satu upaya yang dapat dilakukan Exsport untuk meningkatkan *awareness* tersebut dengan membuat perancangan *activation* yang difokuskan pada *activity* Exsport: *recreative* dengan mengambil tema *traveling*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara untuk mendapatkan data primer, dan studi pustaka untuk mendapatkan data sekunder. Data yang didapat diolah dan dianalisis menggunakan metode analisis matriks perbandingan, analisis SWOT, AOI, dan AISAS. Pengumpulan dan analisis data dilakukan agar perancangan strategi pesan, strategi media, serta perancangan visual yang dilakukan sesuai dengan target audiens. Adapun segmentasi yang akan dibahas dalam perancangan ini yaitu perempuan yang berusia 25 – 30 tahun domisili Bandung Raya dan Jabodetabek. Melalui perancangan ini, diharapkan dapat menjadi solusi bagi Exsport dalam meningkatkan *awareness* Exsport: *recreative* dan mengembangkan Exsport Club.

Kata Kunci: *activation, awareness, Exsport: Recreative.*