

ABSTRAK

Kota Bandung yang terletak di Jawa Barat, memiliki kondisi cuaca ekstrem seperti hujan dan panas yang seringkali cepat berubah, diakibatkan karena pola angin di wilayah Kota Bandung didominasi angin timuran yang membawa masa udara dingin dan kering, angin pada umumnya yang bertiup dari arah Tenggara dengan kecepatan 5-20 kilometer per jam, membuat cuaca pagi dan siang hari panas, sore dan malam hari berpotensi hujan. Cuaca ekstrem yang terjadi mengharuskan masyarakat di Kota Bandung perlu melindungi rumah mereka dengan cat eksterior yang tahan terhadap cuaca ekstrem. Nippon paint memiliki produk Weatherbond Max, cat eksterior multifungsi yang bisa melindungi dinding rumah dari cuaca ekstrem, namun produk tersebut belum banyak diketahui oleh masyarakat, khususnya di Kota Bandung dengan Status Ekonomi Sosial A. Oleh karena itu, diperlukan strategi promosi yang dapat meningkatkan *awareness* kepada masyarakat Kota Bandung tentang produk tersebut. Penelitian dilakukan di Kota Bandung dengan menggunakan metode kualitatif yang bersumber pada data yang diperoleh melalui studi pustaka, wawancara dan observasi. Dan menggunakan teori analisis lainnya seperti AISAS dan SWOT. Hasil dari penelitian produk Nippon Weatherbond Max untuk perancangan strategi promosi ini diharapkan dapat meningkatkan *awareness* kepada target sasaran di Kota Bandung mengenai cat ekstreior multifungsi yang bisa mengatasi cuaca ekstrem sesuai dengan kebutuhannya.

Kata kunci: *Awareness*, Cat eksterior, Cuaca Ekstrem , Strategi promosi Weathherbond Max.