

ABSTRAK
PERANCANGAN IKLAN FRESTEA “REFRESH YOUR DAY” UNTUK
MEMPERKUAT BRAND AWARENESS DI KOTA BANDUNG

Oleh

Muhammad Raihan Bagas Aprianto

NIM : 1601210194

Perkembangan zaman modern telah mengubah pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat kota yang kini cenderung menginginkan segala sesuatu yang serba instan, termasuk dalam hal makanan dan minuman. Namun demikian, masyarakat kini semakin cerdas dalam memilih produk instan yang tidak hanya praktis tetapi juga memiliki nilai gizi dan manfaat kesehatan jangka panjang. Salah satu produk yang menjawab kebutuhan tersebut adalah minuman teh hijau (*green tea*), yang dikenal memiliki berbagai manfaat seperti meningkatkan fungsi otak, membakar lemak, hingga memperkuat sistem kekebalan tubuh. Frestea sebagai produk teh kemasan siap minum hadir dengan berbagai varian rasa dan terus berinovasi untuk menjawab kebutuhan pasar. Namun, di tengah persaingan yang ketat dengan merek seperti Teh Pucuk Harum dan Sosro, *brand awareness* Frestea mengalami penurunan akibat kurangnya strategi komunikasi visual yang menarik serta minimnya pemanfaatan media digital secara maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi promosi visual yang efektif dalam meningkatkan *brand awareness* Frestea melalui pendekatan kreatif yang sesuai dengan tren digital saat ini. Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner, yang kemudian dianalisis menggunakan pendekatan SWOT, AISAS, AOI, dan Matriks Perbandingan. Target audiens dalam penelitian ini adalah generasi muda usia 18–25 tahun yang aktif di media sosial. Diharapkan melalui perancangan strategi komunikasi visual dan promosi digital yang tepat, Frestea dapat meningkatkan keterikatan emosional dengan konsumen dan memperkuat posisinya di pasar teh kemasan Indonesia.

Kata Kunci: Frestea, *Brand Awareness*, Strategi Promosi, Komunikasi Visual, Media Digital