

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan media sosial telah mengubah cara Gen-Z berekspresi melalui fashion, memunculkan fenomena *thriftling* atau jual beli pakaian *preloved* sebagai pilihan gaya hidup yang unik, hemat, dan berkelanjutan. Meskipun potensinya besar, Aplikasi Preloved sebagai platform khusus jual beli barang bekas di Indonesia masih menghadapi tantangan rendahnya *brand awareness* di kalangan Gen-Z. Penelitian ini bertujuan merancang kampanye iklan yang efektif untuk meningkatkan kesadaran merek Aplikasi Preloved dengan mempromosikan aktivitas *thriftling* sebagai gaya hidup trendi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Analisis data menggunakan kerangka AOI, SWOT, dan AISAS untuk memahami perilaku konsumen dan merumuskan strategi yang tepat. Hasil dari perancangan ini adalah sebuah konsep kampanye bernama "Loak 'N Roll," sebuah acara *hybrid* yang menggabungkan konser musik dengan pasar *preloved*. Kampanye ini dirancang untuk menarik perhatian Gen-Z melalui media visual dan pesan yang relevan, menyoroti *thriftling* sebagai cara cerdas untuk tampil gaya, mengekspresikan diri, dan mendukung ekonomi sirkular. Diharapkan kampanye ini dapat membangun persepsi positif dan meningkatkan interaksi pengguna terhadap Aplikasi Preloved

Kata kunci: Kampanye Iklan, Preloved, Gen-Z, Brand Awareness, Aplikasi Preloved