

Intisari

Tugas akhir ini mengkaji strategi brand activation untuk produk Men's Biore Cool Oil Clear yang bertujuan meningkatkan pengenalan dan keterlibatan konsumen, khususnya laki-laki Gen Z di Bandung. Penelitian ini menggunakan metode campuran, meliputi survei dan observasi, untuk memahami perilaku dan preferensi konsumen. Strategi yang diusulkan menekankan penggunaan media luar ruang seperti billboard dan stiker kendaraan, serta aktivitas promosi digital dan fisik yang interaktif. Dengan mengintegrasikan kerangka teori seperti analisis SWOT dan AOI, penelitian ini memberikan wawasan praktis tentang positioning merk dan keterlibatan konsumen, menonjolkan keunggulan produk dalam mengontrol minyak di wajah dan memberikan kesegaran untuk gaya hidup aktif.