

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi brand aktivasi dalam meningkatkan *brand awareness* sepatu kulit kaki ayam merek Hirka asal Kota Bandung. Strategi ini guna memaksimalkan aktivitas promosi Hirka sebagai satu-satunya pionir sepatu berbahan dasar kulit kaki ayam pertama di Kota Bandung, bahkan lebih luasnya lagi Indonesia. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha produk ini adalah bagaimana meningkatkan *awareness* kepada masyarakat akan keberadaan produk ini. Terbukti berdasarkan hasil kuesioner banyak target sasaran yang belum menyadari adanya produk sepatu Hirka, hal ini mendukung untuk dirancangnya *brand* aktivasi demi meningkatkan *brand awareness* Hirka. Penulisan Tugas Akhir ini bertujuan menciptakan rancangan media, visual dan strategi kreatif yang tepat untuk Hirka dalam menyampaikan pesannya kepada target audiens di Kota Bandung. Metode yang dipakai adalah metode penelitan kualitatif, dan penulis melakukan pengumpulan data dan kajian pustaka dari beberapa sumber.

Kata kunci: Sepatu, Sepatu Kulit, *Brand Awareness*, *Advertising*, *Brand* Aktivasi