

ABSTRAK

Sepatu merupakan sebuah alat yang berfungsi untuk melindungi kaki. Banyak sekali jenis sepatu dengan fungsi yang berbeda-beda. Salah satunya adalah sepatu yang di gunakan untuk beraktifitas sehari-hari, seperti sepatu *sneakers*. Sepatu *sneakers* juga terdiri dari banyak merek, ada merek luar negeri dan ada merek lokal. Sekarang, merek sepatu lokal buatan Indonesia juga tidak kalah saing dengan sepatu buatan luar negeri, menurut Melia Lutfi Husnika melalui tribunjatim.com, bahwa Sepatu lokal karya anak bangsa kini tengah *booming*, terutama di kalangan generasi muda atau *milenial*. Rafheoo Footwear adalah sebuah sepatu yang memproduksi sepatunya di pabrik sendiri. Pada awalnya Rafheoo Footwear di bangun oleh 3 orang, dan memproduksi tas, kemudian berkembang menjadi pabrik kain dan membuat produk sepatunya pada tahun 2019. Sebagai produk baru, Rafheoo Footwear perlu melakukan promosi untuk meningkatkan dan menyebarkan informasi tentang produknya di kalangan target audiens. Rafheoo Footwear memiliki pembeda pada bahan sepatu yang dipakai, yaitu bahan-bahan yang tidak biasa ditemukan di sepatu kebanyakan. Perancangan promosi ini dibuat untuk menyebarkan informasi tentang Rafheoo Footwear di kalangan target audiens. Beberapa metode perancangan promosi yang dilakukan yaitu teori, observasi, wawancara dan analilis data yang dilakukan untuk membuat sebuah prancangan promosi ini. Perancangan ini dibuat dalam bentuk media *event* juga media-media pendukung lain nya seperti sosial media dan media cetak untuk mencapai target audiens.

Kata kunci : Sepatu, Bahan yang unik, Promosi, Event, Promosi, Visual.