

## ABSTRAK

Berdasarkan survei yang dilakukan Herbalife Nutrition mengungkap tema *2020 Diet Decisions Survey*, diketahui bahwa konsumen di Asia Pasifik mengatur pola makan lebih baik dari biasanya. Peluang tersebut ternyata tidak otomatis membuat seluruh produk kesehatan menerima dampak positifnya. Salah satunya adalah bisnis katering sehat Dietplus di Kota Bandung yang masih belum mencapai target penjualan akibat kurangnya kesadaran merek di benak target sasaran. Selain itu, *positioning* yang terbangun juga belum sesuai dengan kebutuhan perusahaan karena Dietplus masih belum maksimal dalam menyampaikan pesan *positioning* di setiap media *exposure*. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif dan menggunakan model analisis AISAS. Hasilnya berupa kegiatan kampanye dengan strategi penyampaian menggunakan *brand ambassador* untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap *brand* Dietplus. Solusi yang akan ditawarkan terbagi menjadi dua yaitu program jangka pendek dan jangka panjang. Program jangka pendek berupa *event talk show* dan *giveaway* bersama *brand ambassador* dan *nutritionist* dari Dietplus. Kemudian dirancang juga program jangka panjang berupa iklan video *launching*, poster *teaser*, dan poster utama.

Kata kunci: Diet, iklan, kampanye, katering sehat.