

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu negara terbesar yang memiliki jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia. Hal ini membuat pakaian muslim menjadi tren yang kekinian. Tren busana muslim menjadi antusias para remaja hingga dewasa di Indonesia sehingga tidak heran busana muslim tidak hanya dikenakan saat perayaan atau hari besar Islam tetapi dapat dikenakan juga untuk kegiatan sehari-hari. Salah satu busana muslim asal Indonesia adalah Samase. Pada penelitian ini akan membahas mengenai perancangan promosi pada brand busana Muslim Samase untuk meningkatkan penjualan produk. Penelitian ini memiliki 2 rumusan masalah, diantaranya; 1) Bagaimana cara merancang pesan promosi efektif untuk menjangkau konsumen secara langsung dengan media yang lebih efisien? 2) Bagaimana rancangan media visual promosi kreatif dengan komunikasi yang efektif untuk meningkatkan promosi brand Samase? Dalam perancangan ini, metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner, studi pustaka. Sedangkan metode analisis yang digunakan adalah perbandingan matriks SWOT, AISAS, dan AOI. Hasil perancangan berupa strategi promosi untuk menciptakan pengalaman yang baik bagi pelanggan dalam berbagai aspek *marketing*. Melalui media utama yang berupa *event/brand experience* dan media pendukung seperti media outdoor, media cetak, dan media digital agar menjadi daya tarik pendukung dalam upaya menarik perhatian target audiens.

Kata kunci: Busana Muslim pria, *Direct Marketing*, *Event* musiman, Media Digital, Media Sosial, Muslim, promosi, Samase.