

ABSTRAK

Cuaca yang panas pada wilayah jabodetabek saat ini menyebabkan tak diragukan lagi membuat masyarakat disana menyukai sesuatu yang dingin karena merasa mudah sering memerlukan sesuatu yang segar di siang hari seperti es krim, dan cemilan es lainnya. Apalagi pada saat masa liburan, para Ibu mengajak anak mereka untuk berlibur ke tempat wisata di daerah jabodetabek yang sangat banyak, bukan banyak saja melainkan tempat wisata yang juga rata – rata outdoor atau luar ruangan. Sehingga cemilan es dingin kemasan sangat cocok di dalam kondisi tersebut, salah satunya adalah Yoho Ice Cup. Yoho ice cup memberikan efek segar dari kelembutan es serut di dalam kemasan cup mininya dan rasanya yang manis membuat makin menumbuhkan kenikmatan di siang hari, harganya pun sangat terjangkau. Namun, banyak kalangan masyarakat yang masih belum kenal atau mengingat produk Yoho Ice Cup ini yang sudah di distribusikan ke berbagai wilayah indonesia terutama daerah jabodetabek, hingga kurangnya minat pembelian produk. Hal ini karena promosi yang dibuat belum tepat, dan kurangnya memaksimalkan strategi kreatif promosinya untuk menarik perhatian target audience sehingga target sulit untuk mengingat produk ini. Maka dari itu untuk meningkatkan kesadaran dan minat terhadap Yoho Ice Cup, juga membuat strategi promosi yang tepat agar mendapatkan efek yang diinginkan, membutuhkan metode penelitian kualitatif dan pengumpulan data dengan metode wawancara, observasi, dan kuesioner. Kemudian dianalisa menggunakan analisis SWOT, AOI, dan AISAS. Sehingga hasilnya dapat menciptakan strategi kreatif promosi yang tepat untuk Yoho ice Cup.

Kata kunci : Cuaca panas jabodetabek, Es Serut, Promosi, Yoho Ice Cup