

ABSTRAK

Dengan maraknya tingkat pengonsumsian makanan ringan kemasan yang masih dilakukan oleh mayoritas masyarakat kalangan dewasa awal di Indonesia sebagai solusi praktis ketika lapar di tengah-tengah aktivitas/kesibukan yang padat, dapat mengancam tingkat kesehatan tubuh. Di sisi lain, tingkat pengonsumsian makanan yang mengandung serat masih sangat rendah di Indonesia. Pasalnya, pengonsumsian makanan yang mengandung serat sangat dianjurkan untuk kebutuhan gizi sehari-hari, sehingga banyak masyarakat yang beralih untuk mencari solusi dengan mengonsumsi makanan kemasan siap saji yang mengklaim aman dan sehat.

Fenomena tersebut menimbulkan munculnya berbagai produk makanan ringan sehat sebagai alternatif makanan lezat dan praktis namun aman untuk dikonsumsi. Diasweet Fiberwafer hadir sebagai salah satu camilan sehat yang juga memiliki rasa yang tak kalah lezat dengan kandungan tinggi serat yang tentunya memiliki ragam manfaat bagi tubuh. Sayangnya, pengetahuan masyarakat terhadap produk Diasweet Fiberwafer masih kurang dan tertinggal apabila dibandingkan dengan produk-produk kompetitornya yang sejenis. Sehingga berdasarkan hal tersebut, dibutuhkan strategi promosi yang mampu membuat produk Diasweet Fiberwafer lebih dikenal lagi oleh khalayak dengan *positioning* yang kuat dengan media dan visual yang menarik.

Oleh karena itu, Penulis mengupayakan sebuah solusi dengan membuat serangkaian perancangan promosi untuk produk Diasweet Fiberwafer. Dalam perancangan promosi ini, Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif meliputi studi pustaka, observasi ke toko/supermarket, wawancara bersama Brand Manager dari PT Konimex & beberapa target audiens, serta menyebarkan kuisioner. Selain itu, Penulis juga menggunakan metode analisis menggunakan SWOT, AISAS, dan AOI sehingga dari proses tersebut akan menghasilkan sebuah big idea kreatif berupa *what to say* dan *how to say* dari perancangan promosi dengan menggunakan serangkaian media dan visual yang menarik. Diharapkan hasil perancangan promosi ini dapat membantu untuk meningkatkan *brand awareness* dan *positioning* yang lebih kuat terhadap khalayak, yang mana merupakan permasalahan dari Diasweet Fiberwafer.

Kata kunci: Aktif, Bergizi, Cemilan Sehat, Praktis, Promosi, Serat.