

ABSTRAK

Sepatu merupakan salah satu alas kaki selain sandal yang mampu melindungi kaki dari aktivitas sehari-hari. Keunggulan dari menggunakan sepatu adalah untuk menghindari luka dan mengurangi resiko terjadinya cedera pada saat melakukan aktivitas ringan maupun aktivitas yang berat seperti berolahraga. Saat ini ada beberapa olahraga yang sedang naik daun dan diminati oleh berbagai kalangan seperti sepak bola, *mini soccer*, dan futsal dalam kanca kompetisi maupun *fun game* saja, maka dari itu banyak brand sepatu olahraga lokal yang bermunculan seperti Specs. Specs menawarkan banyak pilihan barang berkualitas tinggi dengan harga pantas dengan berbagai fungsi untuk setiap barang, Adapun sepatu dengan fungsi *control* dan *accelerator* seperti *Lightspeed Reborn* ini. *Lightspeed* menjadi *best seller* di bidang sepatu untuk akselerasi dengan kecepatan karena didukung dari segi material yang cukup ringan serta model dan warna yang khas yang dapat mencuri perhatian saat digunakan dilapangan. Meskipun memiliki *demand* yang tinggi akan tetapi dari segi promosinya *brand* Specs ini masih kalah dengan kompetitornya dari segi media yang menjadikan specs ini sekarang tertinggal jika di bandingkan dengan kompetitornya. Oleh karena itu dibutuhkan strategi promosi kreatif guna mengejar ketertinggalan dari kompetitor agar tetap bisa bersaing. Metode yang dipakai untuk studi ini dengan memakai Analisa SWOT dan FAB untuk melakukan pendekatan terhadap audiens. Tujuan dari penelitian ini sebagai dasar perancangan strategi kreatif melalui media digital yang nantinya dapat meningkatkan penjualan dan dapat tetap bersaing di kanca sepatu olahraga lokal.

Kata Kunci : *Sports, Specs, Brand Local, Promosi*