

ABSTRAK

Gaya hidup sehat saat ini sedang banyak dijadikan perbincangan dan menjadi sebuah kebutuhan terutama bagi setiap orang di perkotaan yang memiliki aktivitas padat dan tetap ingin menjaga penampilan. Maka dari itu, saat ini banyak bermunculan makanan ringan yang kandungannya lebih sehat serta mudah dan instan untuk menjadi alternatif makanan berkalori rendah yang dapat dikonsumsi ditengah kesibukan. Salah satunya adalah Tummy Yogurt Bar dari Heavenly Blush, memiliki keunikan berbahan dasar yogurt serta *multigrain* yang rendah kalori dan kaya akan serat sehingga dapat memperlancar pencernaan dan membantu menjaga berat badan. Sejauh ini, promosi khusus Tummy Yogurt Bar hanya dilakukan di media sosial dan sering dibarengi dengan produk Heavenly Blush lainnya, informasi yang disampaikan tidak pernah fokus pada pembahasan produk ini. Serta tampilan desain dan juga konten promosi yang jarang sekali ada perbaruan dengan hanya menunjukkan foto produk serta informasi secara singkat membuat keunggulan dari produk ini jarang diketahui oleh masyarakat. Oleh karena itu, pada penelitian ini dirancanglah sebuah strategi promosi menggunakan metode penelitian kualitatif melalui observasi, wawancara, penyebaran kuesioner dan studi pustaka. Kemudian dianalisis menggunakan SWOT, AOI, AISAS dan matriks perbandingan. Hasilnya berupa strategi promosi dengan media utama berupa event dan media pendukung berupa media sosial (Instagram dan Tiktok) serta media cetak (Poster, T-Banner, X-Banner dan *Point of Purchase*).

Kata kunci : Camilan sehat, Produk, Promosi, Strategi promosi