

## ABSTRAK

*Teh adalah minuman yang populer di seluruh dunia, Adapun beberapa jenis teh yaitu : teh hijau, teh hitam, teh putih, teh oolong dan teh herbal (Ardiansyah, 2024). Di dalam studi kasus ini, penulis mengumpulkan sampel produk teh hijau yang diolah menjadi matcha. Digiling halus dari tanaman Camellia sinensis Var Assamica, yang ditanam di perkebunan teh Jawa Barat. Memiliki manfaat untuk kesehatan mental. yang memiliki kandungan katekin, kafein, dan L-tehanin, telah terbukti untuk meningkatkan fungsi kognitif seperti kewaspadaan, memori, dan ketenangan pikiran. Seiring dengan itu, survei oleh Health Collaborative Center (HCC) menunjukkan peningkatan kesadaran akan kesehatan mental di Indonesia. Banyak responden, terutama wanita, berkomitmen untuk mengurangi stres dan menghindari lingkungan toksik pada tahun 2024. Survei ini, melibatkan 898 responden, memberikan wawasan penting tentang tren kesehatan mental di Indonesia. Peran minuman matcha hadir dalam menjaga kesejahteraan mental masyarakat Indonesia. Azzam Tea memiliki Produk matcha yaitu Indo Green Matcha akan tetapi belum ada kesadaran merek dikarenakan merek baru. maka dari itu Penulis berfokus pada "Perancangan Brand Attributes Pada Merek Azzam Tea Dalam Meningkatkan Awareness terhadap target audiens, sehingga mereka dapat mengetahui produk Indo Green Matcha merek Azzam Tea. Namun, sebelumnya, diperlukan strategi kreatif terkait promosi. Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan "Perancangan Strategi Kreatif Brand Attributes Pada Merek Azzam Tea Dalam Meningkatkan Awareness Gen Z". Dengan menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data seperti studi pustaka, observasi, wawancara, dan kuisioner, penelitian ini tidak hanya memberikan manfaat sebagai referensi pembelajaran di bidang Desain Komunikasi Visual Periklanan, tetapi juga memberikan manfaat praktis untuk membantu Merek Azzam Tea terkait branding dan promosi.*

*Kata Kunci : Matcha, Promosi, Brand Attributes, Branding*