

ABSTRAK

Indomilk adalah merek susu yang sangat dikenal di Indonesia. Merek ini merupakan bagian dari PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, salah satu perusahaan konsumen terbesar di Indonesia. Indomilk menawarkan berbagai produk susu, termasuk susu cair, susu bubuk, produk yogurt, dan minuman susu lainnya. Seiring dengan perkembangan tren kesehatan dan gizi, Indomilk terus berinovasi dengan meluncurkan produk-produk yang memenuhi kebutuhan konsumen modern. Selain itu, Indomilk dikenal karena membangun citra positif melalui kampanye promosi yang menekankan kualitas produk dan kebaikan nutrisi susu. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka. Analisis data dilakukan dengan analisis hasil observasi, analisis wawancara dan analisis matriks perbandingan. Perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan *Brand Awareness* konsumen terhadap susu cair indomilk.

Kata kunci : *Brand Awareness*, Indomilk, Perancangan Promosi