

## ABSTRAK

Sebagai jenama Minuman dan Makanan pionir yang bergerak dalam kategori produk sehat, yaitu *Smoothie*, *Poison Smoothie* and *Coffee* tidak mempunyai kehadiran yang dominan jika diperbandingkan dengan cafe yang berfokus dalam menjual kopi didalam wilayah Yogyakarta. Berdasarkan aspek tersebut, kampanye komunikasi pemasaran yang diselenggarakan melalui media sosial Instagram dilakukan untuk mempromosikan jenama. Dengan tema “Sehat Bisa Enak”, misi utama kampanye ini adalah meningkatkan *awareness* dan keterlibatan target audiens dengan pengalaman jenama yang mendorong khalayak untuk menerapkan gaya hidup sehat akan tetapi tidak berkorban dalam aspek kenikmatan sebuah minuman. Perencanaan kampanye ini menggunakan tahapan yang komprehensif yang dimulai dari analisis *brand fundamentals and positioning*, riset pasar dan tren, penyusunan strategi konten, riset konten dan metode kreatif, produksi, pengiklanan, dan aktivasi komunitas dalam upaya memproduksi konten relevan, menarik dan mempunyai potensi untuk membawa pengalaman jenama lebih dekat kepada audiens. Kampanye ini diselenggarakan untuk menaikkan kepercayaan sekaligus ketertarikan antar jenama dan konsumen potensial melalui riset strategis dan kreatif, sehingga seluruh informasi yang diproduksi dapat membawa konsumen kedalam pengalaman jenama. Keberhasilan kampanye ini diukur menggunakan alat analitik media sosial yang tersedia pada *dashboard* Instagram.

Kata kunci: Strategi Kampanye, Strategi Pemasaran, Produksi Kampanye, Kampanye Media Sosial, Arah Kreatif, Proses Kreatif, Kampanye FnB

## ABSTRACT

*As a pioneering brand in the healthy food and beverage category, specializing in smoothies, Poison Smoothie and Coffee do not have a dominant presence compared to cafes that focus on selling coffee within the Yogyakarta region. Based on this aspect, a marketing communication campaign was conducted through the social media platform Instagram to promote the brand. With the theme "Healthy Can Be Delicious," the main mission of this campaign is to increase awareness and engagement of the target audience by showcasing the brand's experience that encourages people to adopt a healthy lifestyle without compromising on the enjoyment of a beverage. The campaign planning utilizes a comprehensive approach that starts with analyzing brand fundamentals and positioning, market research and trends, content strategy development, content research and creative methods, production, advertising, and community activation, all aimed at creating relevant, engaging content that has the potential to bring the brand closer to the audience. This campaign is organized to build trust and interest between the brand and potential consumers through strategic and creative research, ensuring that all the information produced can immerse consumers in the brand experience. The success of this campaign is measured using the available social media analytics tools on the Instagram dashboard.*

*Keyword: Campaign Strategy, Marketing Strategy, Campaign Production, Social Media Campaign, Creative Direction, Creative Process, F&B Campaign*