

ABSTRAK

Dilansir dari artikel detikhealth.com, minuman dengan kandungan gula yang tinggi sebanyak 1-2 saji dapat meningkatkan resiko terkena diabetes sebesar 26% dibandingkan orang yang tidak mengonsumsinya. Minuman kopi kekinian yang mengandung banyak gula menjadi salah satu minuman yang digemari segala usia. Untuk mengatasi solusi tersebut Tropicana Slim memiliki produk kopi kemasan yang rendah gula dan kalori. Produk kopi Tropicana Slim Café Latte sendiri belum dikenal masyarakat secara meluas. Jika masyarakat tetap mengonsumsi minuman manis secara terus menerus dapat meningkatkan resiko diabetes terutama di kalangan usia muda. Untuk itu diperlukan perancangan visualisasi dan pesan komunikasi dengan output *brand activation* guna mempromosikan produk Tropicana Slim Cafe Latte kepada masyarakat. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dan metode analisis data menggunakan metode SWOT, AISAS, dan AOI. kemudian, teori yang digunakan pada penelitian ini meliputi teori promosi, teori periklanan, teori *brand*, teori *brand activation*, teori event, teori komunikasi, teori media dan teori desain komunikasi visual.

Kata kunci : Promosi, kopi, diabetes, kesehatan, *brand activation*