

ABSTRAK

Dalam era globalisasi, persaingan di pasar produk konsumen semakin ketat, terutama di industri minuman susu. Salah satu merek yang populer adalah Susu HiLo *Active*, yang menargetkan Generasi Z dengan kombinasi manfaat gizi tinggi dan kemasan menarik. Namun, perubahan pola makan yang sehat di kalangan Generasi Z, termasuk penurunan konsumsi susu, menunjukkan perlunya strategi promosi yang inovatif untuk meningkatkan kesadaran dan penjualan. Susu HiLo *Active* menawarkan kandungan nutrisi lengkap yang penting bagi kesehatan, namun persaingan pasar yang ketat menuntut strategi promosi yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi promosi inovatif melalui desain POP (*Point of Purchase*) dan OOH (*Out of Home*) dengan pendekatan tematik yang relevan dengan kegiatan Generasi Z. Desain POP dan OOH yang menarik diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan minat Generasi Z terhadap susu HiLo *Active*, mempromosikan pola makan yang sehat, dan mendukung gaya hidup aktif. Dengan demikian, proyek ini tidak hanya berfokus pada promosi produk tetapi juga pada peningkatan kesehatan dan nutrisi di kalangan Generasi Z, menjadikan Susu HiLo *Active* sebagai pilihan utama di tengah persaingan pasar yang sengit.