

ABSTRAK

Resiko yang menyebabkan terjadinya dehidrasi adalah cuaca panas dan kepadatan di suatu ruangan, transportasi umum di Jakarta menjadi tempat dimana kepadatan itu berlangsung setiap hari dan cuaca panas yang menyengat semakin menjadi peluang tubuh dapat terkena kondisi dehidrasi. Sayangnya, kesadaran akan pentingnya menjaga cairan tubuh tetap stabil masih rendah. Pocari Sweat sebagai minuman isotonik memiliki potensi besar sebagai solusi dalam mencegah dehidrasi. Namun hingga kini belum terdapat strategi promosi secara khusus menyasar pengguna transportasi umum di Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk merancang promosi produk Pocari Sweat dengan pendekatan pesan dan visual dengan media yang relevan, agar dapat menjangkau target audiens yang sesuai. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui observasi, wawancara, dan kuisioner. Hasil perancangan ini berupa brand experience dengan media utama *vending machine* dan media pendukung seperti transit advertisement, media sosial, dan video youtube ads. Promosi ini diharapkan mampu memperkuat citra Pocari Sweat sebagai minuman yang dapat menjadi solusi untuk pengguna transportasi umum di Jakarta supaya terhindar dari dehidrasi.

Kata kunci : *Promosi Produk, Pocari Sweat, Transportasi Umum, Polusi, Dehidrasi, Desain Komunikasi Visual*