

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PADA USAHA TALAMAK BOWL

Oleh :Windy Ramadhanty

NIM: 1601154513

Indonesia memiliki potensi kuliner nusantara yang besar dan tak ternilai harganya. Sektor industri kuliner di Indonesia saat ini sudah memiliki pasar yang luas dan semakin meningkat, sebab sektor kuliner ini cukup menjanjikan karena memiliki nilai ekonomis namun tetap memiliki keuntungan. Talamak Bowl adalah usaha kecil menengah (UKM) di Bandung yang bergerak di sektor industri kuliner khas daerah Sumatera Barat sejak tahun 2017. Talamak memiliki peluang bisnis yang cukup tinggi namun masih kurang dikenal oleh masyarakat luas dan belum mengalami peningkatan penjualan. Melihat semakin banyaknya UKM industri kuliner di Kota Bandung maka perlu ide kreatif dan inovatif dalam menawarkan produk ke khalayak banyak agar dapat lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Salah satunya adalah dengan mengoptimalkan kegiatan promosi yang kuat dan efektif

Dalam mengatasi permasalahan diatas maka dilakukan perancangan media promosi Talamak Bowl dengan menggunakan metode tahap pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner dan studi pustaka serta metode analisis yang digunakan adalah matriks perbandingan sehingga membentuk konsep perancangan yang menarik dalam pembuatan media promosi. Perancangan ini diharapkan mampu meningkatkan penjualan dan lebih dikenalnya merek Talamak Bowl di masyarakat.

Kata kunci: perancangan media, promosi, makanan tradisional, budaya, nasi Padang