

ABSTRAK

Cibaduyut dikenal sebagai sentra kerajinan tangan yang cukup terkenal di Indonesia. Bahkan beberapa hasil kerajinannya seperti sepatu. Terkenal akan kualitas pembuatan sepatu membuat salah satu perusahaan sepatu yaitu Trekking Adventure Performance dipercaya banyak pabrik-pabrik besar untuk bermitra sebagai *supplier* sepatu keamanan pabrik. Lahir dan dibangun sejak tahun 2009 oleh Anjar, Trekking Adventure Performance menjadi perusahaan lokal yang mensuplai sepatu pabrik. Meskipun sepatu pabrik Trekking Adventure Performance sudah dikenal oleh perusahaan - perusahaan besar, namun produk pertama yaitu sepatu gunung dari perusahaan sepatu tersebut kurang peminat. Persentase penjualan yang dipaparkan oleh sang pemilik memiliki segmentasi 85% untuk sepatu keamanan pabrik serta 15% untuk penjualan sepatu gunung. Walau sudah memiliki banyak fitur dalam sepatu gunungnya tetap saja sepi peminat Pemecahan masalah ini akan dilakukan dengan cara melakukan strategi promosi yang sesuai dengan target pasar yang akan disasar oleh Trekking Adventure Performance. Dengan metode penelitian yang akan digunakan adalah metode kualitatif dan pengumpulan berbagai data bersumberkan studi pustaka, observasi, kuesioner dan juga wawancara, dari data yang terkumpul kemudian akan dianalisis menggunakan metode seperti AISAS, SWOT, dan juga AOI sehingga dapat menentukan strategi kreatif berupa pesan hingga perancangan visual dan pemilihan media promosi yang akan dilakukan, tentu dengan adanya perancangan kali ini dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh Trekking Adventure Performance.

Kata kunci: Sepatu Gunung, Alam Luar, Trekking Adventure Performance, promosi, media