

ABSTRAK

Globalisasi memiliki pengaruh yang sangat kuat terutama di negara Indonesia terutama pada bidang kuliner, dimana para generasi muda mempunyai anggapan dengan mengikuti pola budaya luar negeri tidak akan tertinggal oleh zaman, hal tersebut menjelaskan bahwa generasi muda saat ini cenderung lebih menyukai kuliner-kuliner modern dan mulai lunturnya kuliner tradisional. Kota Serang dikenal sebagai kota yang memiliki banyak makanan khas salah satunya adalah Sate Bandeng dan Sate Bandeng Kang Cepi selaku pengusaha Sate Bandeng sudah berdiri dari tahun 2002, hingga saat ini Sate Bandeng Kang Cepi memiliki banyak sekali variasi olahannya. Namun Sate Bandeng Kang Cepi mengalami penurunan pada tahun 2019, hal tersebut bisa terjadi dikarenakan Sate Bandeng Kang Cepi belum ada perancangan promosi yang tepat dan sesuai, Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan mengumpulkan berbagai data dari studi pustaka, observasi, kuesioner hingga wawancara. Kemudian data tersebut akan diolah menggunakan metode AISAS, SWOT sampai AOI, untuk bisa menentukan strategi kreatif pada bagian pesan, visual hingga pemilihan media promosi yang akan dilakukan pada perancangan kali ini. Hasil dari penelitian ini adalah perancangan promosi kreatif berbentuk kegiatan food truck yang dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh pemilik Sate Bandeng Kang Cepi.

Kata Kunci : Periklanan, Promosi, Sate Bandeng, Kota Serang, Sosial Media