

ABSTRAK

Industri kreatif merupakan industri yang berfokus pada kreasi dan eksploitasi karya kepemilikan intelektual seperti seni, film, permainan, dan salah satunya adalah desain fashion. Pada kalangan masyarakat sekarang ini terdapat banyak individu maupun kelompok yang membuat usaha brand sendiri kemudian menciptakan beberapa produk berupa kaos. Salah satunya adalah brand yang berada di Tegal yaitu Galgil, Galgil sendiri merupakan salah satu produk umkm dari sekian umkm yang bergerak di bidang kaos bersablon dengan bertemakan kedaerahan, yakni “Tegalan”. Masalah yang Merk kaos Galgil hadapi saat ini adalah, kurangnya jumlah penjualan saat pandemi berlangsung serta kurangnya berupa promosi. Menjadikan kurangnya awareness masyarakat Tegal terhadap kaos Galgil. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data yang diantaranya Observasi, Studi Pustaka, Wawancara, Kuesioner. Metode analisis data yang penulis gunakan untuk mendapatkan *consumer insight* adalah Analisis SWOT, AISAS dan *Consumer Journey*. Tujuan penulis adalah agar penulis dapat menyelesaikan masalah yang sedang Merk kaos Galgil hadapi saat ini. Media yang penulis paparkan nanti ialah dengan media konvensional dan media digital. Media konvensional terdiri dari : media luar ruang dan cetak. Media digital nya adalah : media sosial.

Kata Kunci : Promosi, Kualitatif, Galgil, Masyarakat Tegal