

ABSTRAK

Bisnis dibidang kuliner semakin hari semakin berkembang, khususnya di kota Bandung. Berbagai macam produk olahan pangan saat ini jumlahnya sangat banyak di pasaran, diantara produk-produk yang ditawarkan salah satunya adalah produk olahan coklat. Berbagai macam produk jenis coklat di kota Bandung sendiri terbilang banyak, tapi tidak dengan jenis coklat By Tenderly. Coklat By Tenderly merupakan salah satu produk rumahan berupa coklat yang diadaptasi dari produk asal Jepang yaitu *Nama Chocolate*, yang terbuat dari krim segar dan bahan pendukung lainnya. Namun sayangnya saat ini produk coklat By Tenderly masih belum banyak dikenal masyarakat, hal ini terjadi karena masih kurangnya strategi promosi dan kurangnya pembuatan konten yang menarik, hal ini terbukti dari tingkat penjualan produk coklat By Tenderly yang terbilang rendah. Berangkat dari permasalahan tersebut peneliti menyarankan solusi yang berupa perancangan strategi kreatif promosi. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah observasi, wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Hasil penelitian yang dicapai adalah merancang strategi kreatif promosi dan media visual By Tenderly dengan menggunakan keunggulan dari produk coklat By Tenderly berdasarkan metode SWOT dan AISAS. Diharapkan dengan menggunakan strategi promosi tersebut dapat meningkatkan minat konsumen dan penjualan produk coklat By Tenderly.

Kata kunci : media visual, perancangan, promosi, strategi