

ABSTRAK

Menurut Ketua Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI), Adi Lukman mengatakan jika literasi digital masyarakat di bidang kuliner sudah baik dan ini jadi peluang besar untuk pengusaha makanan. Pada brand Kangen Masakan Rumah permasalahan yang dialami yaitu pendapatan yang diperoleh tidak mengalami peningkatan dan visual yang dilakukan kurang maksimal. Maka dilakukan penelitian dengan tujuan untuk memahami dan mengetahui strategi serta visual seperti apa yang efektif untuk meningkatkan penjualan. Metode yang digunakan yaitu kualitatif dengan wawancara, observasi, kuesioner, dan studi pustaka secara umum dan luas, kemudian hasilnya dituangkan dalam bentuk laporan tertulis. Dengan adanya perancangan promosi yang dilakukan menggunakan sebuah event di daerah Jakarta Selatan dan mendapatkan hadiah berupa voucher serta merchandise, diharapkan jumlah konsumen yang tertarik terhadap brand Kangen Masakan Rumah di atas sekitar 100 orang dan tercapainya indikator keberhasilan yaitu meningkatnya penjualan yang diperoleh serta konsumen dapat mengetahui pesan yang ingin disampaikan.

Kata Kunci : frozen food, kangen masakan rumah, kualitatif, promosi.