

ABSTRAK

Penelitian yang dibuat penulis ini berfungsi untuk merancang suatu promosi pada UMKM Rasa Dewa agar UMKM tersebut dapat jauh lebih bersaing dipasaran serta dapat dikenal luas oleh masyarakat Indonesia, serta manfaat penelitian dari promosi sendiri yaitu untuk meningkatkan penjualan. Rasa Dewa merupakan UMKM oleh-oleh yang berasal dari Depok yang sudah berdiri dari tahun 2011, Rasa Dewa menjual makanan dan minuman yang berbahan dasar buah Belimbing Dewa yang merupakan buah ciri khas Depok. Segala promosi telah dilakukan Rasa Dewa dari mulai promosi secara *offline* dan *online* namun ternyata awareness Rasa Dewa masih lemah dikarenakan kurangnya menonjolkan FAB, keunikan yang mereka miliki, dan juga permasalahan ditagline “Oleh-oleh” yang membuat target marketnya menjadi kurang terjangkau sehingga komunikasi belum tersampaikan dengan tepat kepada *target audience*. Ada dua metode penelitian yang akan digunakan penulis pada penulisan penelitian ini, diantaranya adalah metode kualitatif dan juga metode analisis data yang dimana penulis akan melaporkan penelitian berdasarkan data dan analisa data yang didapat pada kejadian di lapangan dengan melalui metode observasi, serta wawancara secara langsung, kuisisioner melalui Google form dan studi pustaka. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulisa mengambil kesimpulan bahwa Rasa Dewa sangat memerlukan promosi lebih jauh agar mendapatkan *awareness* dengan memanfaatkan media digital dan media cetak sebagai media promosi nya, penulis juga menggunakan *user experience* yaitu mesin penjual sebagai media utamanya. Dengan dilakukannya penulisan ini, diharapkan dapat memberikan pengalaman baru bagi target sasar.

Kata Kunci: Belimbing, Mesin penjual, Perancangan promosi, Rasa Dewa.