

ABSTRAK

Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan menjadikan bisnis produk organik semakin menjamur di Indonesia karena dinilai lebih sehat. Salah satu marketplace yang menawarkan produk2 organik adalah Warung 1000 Kebun. Berdasarkan metode observasi, wawancara, kuesioner dan matriks perbandingan, Warung 1000 Kebun memiliki kendala pada teknis pelaksanaan transaksi penjualan secara online. Sehingga dinilai membutuhkan perancangan media promosi yang dapat menyelesaikan masalah tersebut. Selain itu diperlukan juga media pendukung yang bertujuan untuk mempromosikan aplikasi sebagai media promosi yang baru dari Warung 1000 Kebun. Perancangan ini diharapkan dapat memberikan kepraktisan dan menarik secara visual.

Kata Kunci: Warung 1000 Kebun, Media Promosi, Praktis, Menarik