

## ABSTRAK

Wisata kuliner saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup pada hampir seluruh lapisan masyarakat. Kota Bandung sendiri sudah dikenal sebagai salah satu pusat kuliner nusantara, hal ini dikarenakan Bandung memiliki sangat banyak tempat makan. Dengan banyaknya jumlah tempat makan di kota Bandung maka para pengusaha tempat makan ini bersaing untuk menarik perhatian konsumen sebanyak mungkin, dengan cara meningkatkan kualitas makanan dan minuman, meningkatkan kualitas pelayanan, dan juga menyediakan konsep yang unik dan beda dari yang lain. Rumah Makan Uji Nyali adalah salah satu tempat makan dengan konsep unik di kota Bandung. Rumah Makan Uji Nyali memakai tema mistis sebagai konsep pada rumah makannya. Selain menyediakan makanan dan minuman, hal yang paling unik dari Rumah Makan Uji Nyali adalah wahana uji nyali yang mereka sediakan. Melihat semakin banyaknya rumah makan dengan konsep unik yang bertebaran di kota Bandung, makan Rumah Makan Uji Nyali harus berusaha agar tidak kalah saing dengan rumah makan lainnya. Rumah Makan Uji Nyali sendiri masih kurang dari segi promosi, masih banyak orang yang tidak mengetahui apa dan dimana rumah makan ini. Maka diperlukan perancangan media promosi yang dapat memancing rasa penasaran target sasaran dengan pencarian data yang memakai metode kualitatif, yaitu observasi, wawancara, dan kuesioner sehingga dapat dirancang media promosi yang tepat.

Media yang dirancang untuk mempromosikan Rumah Makan Uji Nyali adalah video promosi dan video *teaser*. Melalui media promosi yang dirancang diharapkan dapat memperkenalkan dan menaikkan popularitas Rumah Makan Uji Nyali dan dapat memancing rasa penasaran target sasaran agar mereka tertarik untuk datang mengunjungi Rumah Makan Uji Nyali.

**Keyword:** Rumah Makan Uji Nyali, Promosi, Video Promosi.

## ABSTRAK

*Culinary tourism currently has become a part of lifestyle on almost all levels of society. Bandung itself is already known as one of the Indonesian culinary center, this is because Bandung have so many dining place. With a large number of dining place in the city of Bandung, the owner of these dining place compete to attract consumers attention as much as possible, by improving the quality of food and drink, improving the quality of service, and also provides a unique concept and different from the others. Rumah Makan Uji Nyali is one of the dining place with a unique concept in Bandung. Rumah Makan Uji Nyali using a mystical theme as a concept on the dining place. In addition to providing food and drink, the most unique things from Rumah Makan Uji Nyali is the place to test the guts that they provide. See the increasing number of a dining place with a unique concept that scattered in the city of Bandung, then Rumah Makan Uji Nyali should strive to not lose competitiveness with another dining place. Rumah Makan Uji Nyali itself is still lacking in terms of promotion, there are still many people who do not know what and where Rumah Makan Uji Nyali. Then it is necessary to design a promotional media that can provoke the curiosity of the target with a data search techniques using qualitative methods, namely observation, interview and a questionnaire so the proper promotional media can be designed.*

*The media that is designed to promote Rumah Makan Uji Nyali is promotional video and teaser video. Through the promotional media designed are expected to introduce and raise the popularity of Rumah Makan Uji Nyali and could provoke the curiosity of target so that they attracted to visit Rumah Makan Uji Nyali.*

**Keyword:** Rumah Makan Uji Nyali, Promotion, Promotional Video.