

ABSTRAK

Galeri seni dapat dijadikan sebagai salah satu media untuk mengedukasi pengunjung dengan cara mengetahui sejarah dibalik sebuah karya seni. Salah satu galeri yang dapat dikunjungi di Jakarta ialah Bartele Gallery yaitu galeri barang antik di Indonesia. Namun seiring dengan berkembangnya teknologi terjadi perubahan pada cara berkomunikasi maupun menyebarkan informasi termasuk dalam cara berpromosi. Di era globalisasi seperti ini, teknologi informasi sangat memiliki penting periklanan digital mulai menjadi tren di era internet. Tujuan penelitian ini untuk medesain promosi Bartele Gallery dengan media utama sosial media. Metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian kualitatif dimana teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner (triangulasi). Hasil penelitian menunjukkan desain promosi melalui media digital dengan media utama yaitu sosial media dengan pemilihan pesan serta visual yang tepat untuk dapat menarik perhatian wisatawan. Dengan hal tersebut dibutuhkan sebuah strategi kreatif agar pesan yang ingin penulis utarakan dapat tersampaikan dengan tepat ke target audiens. Hasil dari penelitian ini ialah terancangnya strategi pesan promosi serta pemilihan media visual yang tepat untuk mempromosikan Bartele Gallery sesuai dengan target audiens yang dituju.

Kata Kunci: promosi, galeri seni, identitas visual, media sosial.