

PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI VISUAL KREATIF UMKM PYONGPYON MELALUI SOSIAL MEDIA

Fenomena *Hallyu Wave* atau gelombang pengaruh budaya Korea di dunia atau yang disebut K-Pop hingga ke Indonesia. Puncaknya pada 2-3 tahun belakangan ini semakin banyak artis K-Pop yang menghiasi seluruh jagat pertelevisian dan periklanan di Indonesia, diantaranya BTS dan Blackpink. Indonesia sebagai salah satu negara penggemar K-Pop terbesar di dunia menjadi sebuah *target market* yang sangat besar diiringi kefanatikan penggemarnya untuk rela membeli barang-barang yang berkaitan dengan artis yang idolanya, oleh karena itu fenomena *Hallyu Wave* dimanfaatkan Pyongoyon sebagai sebuah peluang usaha yang menjanjikan sejak 2019 hingga sekarang. Tujuan dari penelitian ini untuk meningkatkan *awareness* melalui perancangan strategi promosi visual kreatif agar meningkatkan penjualan, karena dalam kurun waktu 3 bulan terakhir terdapat penurunan omzet. Ruang lingkup penelitian memanfaatkan peluang dari provinsi Jawa Tengah khususnya di wilayah Semarang dan sekitarnya yang masih kurang dalam penjualan dibandingkan provinsi lain merupakan sebuah strategi yang tepat untuk meraih *awareness* dan membuka *market* baru. Metode yang digunakan observasi, wawancara, kuisisioner dan daftar pustaka. Teori yang digunakan yaitu SWOT, AISAS, AOI, Matriks dan P-5. Dengan adanya penulisan ini, diharapkan dapat meningkatkan *awareness* lebih luas sehingga akan memicu terjadinya peningkatan penjualan.

Kata Kunci: Promosi, K-Pop, *Hallyu Wave*, Visual Kreatif