

ABSTRAK

PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI PRODUK UMKM ZONA MANIS BANDUNG

Oleh:

Agristy Tresna Hidayat

1601180115

Kota Bandung menjadi salah satu tempat favorit tujuan wisata kuliner. Saat ini kuliner yang tengah digandrungi masyarakat dan menjadi tren adalah camilan ‘kekinian’ dan unik. Salah satu produk kekinian yang hadir adalah produk dengan nama Zona Manis yang menyediakan beragam makanan dan minuman mayoritas cita rasa manis. Namun kurangnya *brand awareness* sehingga Zona Manis masih belum dikenal oleh masyarakat luas diakibatkan permasalahan dalam kegiatan promosi dan media sosialnya. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah merancang strategi promosi yang dapat meningkatkan *brand awareness* Zona Manis agar lebih dikenal masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa studi pustaka, observasi, wawancara, serta kuesioner. Dari data yang diperoleh, kemudian dianalisis lebih lanjut menggunakan metode SWOT, AOI dan AISAS. Hasilnya berupa rancangan kegiatan promosi menggunakan media digital melalui media yang memanfaatkan strategi penjualan langsung menggunakan *vending machine* dengan *brand activation* berupa *challenge*. Ditambah dengan penggunaan media sosial sebagai penunjang keberhasilan kegiatan promosi ini.

Kata kunci: Kuliner, promosi, *brand awareness*, *brand activation*, *vending machine*.