

## ABSTRAK

### PERANCANGAN PROMOSI UMKM PLEPAH

#### DI KOTA JAKARTA

Oleh:

Herza Farhana

NIM: 1601180213

Hingga bulan Februari 2019, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) merilis bahwa saat ini Indonesia menghasilkan sedikitnya 64 juta ton timbunan sampah setiap tahunnya. Dari jumlah pengukuran yang telah dilakukan oleh tim LIPI di lapangan, umumnya sampah tersebut adalah sampah dengan jenis *styrofoam*. Kurangnya *awareness* masyarakat terhadap penggunaan kemasan *sustainable* menjadi penyebabnya. Berangkat dari masalah tersebut, Plepah merupakan UMKM yang bisa menjadi alternatif wadah makanan yang *eco friendly* untuk menggantikan peran *styrofoam*, namun masih kurang dikenal di kalangan masyarakat. Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan menggunakan analisis SWOT, 4P, STP, dan AOI untuk perancangan promosi. Teori yang menjadi acuan pada penelitian ini adalah teori promosi & teori Desain Komunikasi Visual. Melalui kegiatan promosi berupa Kolaborasi dengan F&B Burgreens dan *Review Competition* di media sosial Instagram dengan pesan ‘More Value, Zero Waste with Plepah Packaging’ dan *tagline #SmallStepMatter*, akan membuat UMKM Plepah lebih dikenal sebagai alternatif kemasan yang *sustainable*, menjangkau lebih banyak audiens, sekaligus meningkatkan *brand awareness* Plepah di tengah fenomena isu lingkungan yang sedang terjadi.

**Kata kunci:** Promosi Plepah, *brand awareness*, *eco friendly*, sampah *styrofoam*.