

ABSTRAK

ViaVia Artisan Bakery merupakan usaha mikro kecil dan menengah yang memproduksi beberapa produk artisanal homemade yang berbahan dasar vegan berkualitas. Mempromosikan produk jual mereka di media social dan platform e-commerce, mereka ingin menjual juga konsumen memahami apa produk jual mereka. Saat memasuki pandemic 2 tahun terakhir mereka mengalami penurunan dalam penjualan sehingga mereka perlu meningkatkan kembali awareness dari khalayak. Kurangnya pengetahuan yang lebih dan menurunnya minat dari masyarakat akan produk dari sebuah usaha mikro kecil menengah yang telah dibuat, maka dari itu perlu sebuah cara yang inovatif untuk mengelola informasi sehingga memicu peningkatan minat kembali dari masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk membantu dalam perencanaan atau strategi promosi suatu usaha mikro kecil menengah dengan memberikan informasi yang ingin tersampaikan dengan tepat. Analisis dengan menggunakan metode dari observasi ke tempat langsung, wawancara dengan owner untuk mengetahui dan nantinya dikelola sebagai permasalahan khusus, dibantu dengan penyebaran kuesioner kepada khalayak umum, hingga studi pustaka serta menggunakan SWOT dan AISAS sebagai pendekatan untuk mempermudah dalam proses penelitian suatu data dan penyelesaian masalah sehingga mendapatkan strategi kreatif yang tepat untuk melakukan suatu promosi. Penelitian dan perancangan inipun membantu untuk memilih media yang tepat untuk nantinya dijadikan strategi promosi, seperti apa media utama dan pendukung yang diperlukan.

Kata kunci : analisis, minat, promosi, strategi promosi.