

PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI AQUAJAYA

Zeehan Syahbani

zeehansyahbani@student.telkomuniversity.ac.id

Desain Komunikasi Visual Fakultas Industri Kreatif Telkom University

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya hobi-hobi yang dipakai untuk meningkatkan produktifitas pada saat pandemi, Diketahui dari data google trends, pencarian hobi yang meningkat pada masa itu salah satunya adalah hobi *aquascape*. Salah satu UMKM yang sudah menggeluti di bidang itu jauh sebelum terkenalnya trend tersebut adalah toko Aquajaya. *Trend aquascape* ini hangat dibicarakan selama pandemi kemarin karena menjadi hobi yang banyak ditekuni. Setelah mengalami kenaikan penjualan, toko aquajaya mengalami penurunan secara *offline* dan *online*. Dikarenakan menurunnya animo masyarakat terhadap *aquascape* ini, salah satu faktor utamanya adalah aquajaya kurang melakukannya promosi serta perbaikan visualisasi pada media sosial guna untuk menaikkan penjualan. Oleh sebab itu, terbentuknya tujuan dari penelitian ini didasarkan atas pencarian solusi terhadap rancangan strategi promosi yang sesuai untuk meningkatkan penjualan serta memberikan pesan yang pas kepada *target audience* yang tepat. Hal itu berguna untuk mengetahui media dan visual apa yang cocok dipakai oleh toko Aquajaya ini. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dan analisis data menjadi metode yang dipilih oleh penulis. Penulis juga melakukan observasi, wawancara dengan narasumber terkait, hingga melakukan kuisisioner kepada responden seperti komunitas yang memiliki ketertarikan terhadap dunia *aquascape* atau calon *customer* dan juga studi pustaka. Dari semua data-data yang telah penulis dapatkan, data ini akan dianalisis menggunakan metode SWOT dan AOI.

Kata Kunci : AOI, *Aquascape*, Aquajaya, Hobi, Strategi Promosi, SWOT