

ABSTRAK

Perancangan media promosi Bolu Kemojo Al-Mahdi ini bertujuan sebagai media promosi Bolu Kemojo Al-Mahdi yang bertempat di Kota Pekanbaru, Riau. Al-Mahdi mengalami penurunan penjualan karena kurangnya media promosi, sehingga dengan adanya perancangan media promosi ini dapat mengenalkan tentang produk Bolu Kemojo Al-Mahdi kepada masyarakat luas terutama dimasa pandemi. Proses perancangan melalui tahapan pengumpulan data, baik data verbal maupun visual dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi, data dianalisis dengan menggunakan teknik SWOT dan AISAS. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi selanjutnya data diolah menjadi konsep perancangan media promosi. Hasil dari perancangan media promosi berupa *Below the Line* seperti *banner* dan spanduk, dan *Through the Line* seperti laman Instagram, laman Facebook, dan penjualan melalui *e-commerce*. Konsep perancangan media promosi Bolu Kemojo Al-Mahdi yang digunakan adalah menampilkan produk makanan Bolu Kemojo dalam bentuk gambar/foto ke dalam media promosi baik itu melalui Media Cetak maupun Media Digital/Sosial. Target audience perancangan media promosi ini adalah kalangan remaja hingga dewasa di Pekanbaru.

Kata kunci : penurunan penjualan, media promosi, *promotional mix*.