

Abstrak

Ganjel Rel Masjuki merupakan roti legendaris khas kota Semarang yang memiliki rasa rempah khas Indonesia membuat roti ini berbeda dengan roti lainnya. Menurut survey yang telah dilakukan 90% dari wisatawan yang datang ke kota Semarang tidak mengetahui roti Ganjel Rel Masjuki. Hal ini disebabkan karena kurangnya awareness masyarakat serta terbatasnya media promosi yang digunakan. Dengan demikian dibutuhkan strategi promosi untuk menangani masalah ini. Untuk metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif meliputi observasi, wawancara, studi pustaka, kuesioner, dan model analisis yang digunakan ialah AISAS. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori Promosi, Media, Komunikasi, Periklanan, dan teori DKV. Sebagai hasil akhir penelitian ini yaitu berupa perancangan strategi promosi yang berbentuk *Integrated Promotional Campaign*.