

ABSTRAK

Dengan populasi keluarga muda yang ada Banjarmasin sangat banyak, membuat banyak pelaku usaha kuliner nusantara mengalami jumlah penurunan pengunjung khususnya keluarga muda, dikarenakan keluarga muda zaman sekarang cenderung menyukai tempat makan yang modern untuk mengisi waktu luang mereka.

Angkringan Pak Lik merupakan salah satu usaha kuliner sekaligus tempat *nongkrong* yang ada di Banjarmasin. Karena promosi yang belum maksimal, membuat calon konsumen kurang tertarik dengan Angkringan Pak Lik. Untuk mengatasi masalah tersebut, dilakukan perancangan strategi promosi untuk Angkringan Pak Lik yang tepat agar dapat bersaing dengan kompetitor dan merancangan visual serta media yang menarik agar dapat menarik minat konsumen.

Perancangan ini dibuat menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka, serta metode analisis data berupa SWOT, dan AISAS. Diharapkan perancangan ini bisa bermanfaat dan mengatasi masalah untuk Angkringan Pak Lik.

Kata Kunci: Kuliner, Angkringan, Strategi Promosi, Banjarmasin