

ABSTRAK

Bisnis ritel di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Kementerian Perdagangan (Kemendag) mengatakan situasi bisnis ritel pada tahun ini mulai kembali bergairah. Peningkatan didorong oleh meningkatnya permintaan masyarakat sejalan dengan pelonggaran mobilitas, dan kasus Covid-19 yang melandai. Banyak media yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk melakukan promosi. Digital *Signage* merupakan salah satu bentuk media promosi yang menampilkan isi iklan berupa gambar atau video *digital* produk sebagai menu utamanya. Digital *Signage* merupakan salah satu bentuk media promosi yang menampilkan isi iklan berupa gambar atau video *digital* produk sebagai menu utamanya. **Digital signage** adalah bentuk penyampaian informasi melalui media display elektronik yang dilakukan secara dinamis dan menarik. Dengan memanfaatkan teknologi LCD, LED dan plasma. Tujuan dari penelitian ini yaitu menciptakan sebuah media informasi dalam bentuk *signage* yang dapat memberi informasi kepada masyarakat yang berada di Gedung FIT. Metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan penelitian deskriptif, penulis perlu menganalisis objek penelitian, mendeskripsikan temuan-temuan penelitian berdasarkan data-data yang dianalisis dan kemudian dilakukan penelitian secara mendetail. Hasil dari analisis dan penerapan konten marketing pada implementasi pemanfaatan **Digital signage** penulis membuat beberapa media pendukung yang digunakan sebagai media promosi MP Mart kedepannya. Beberapa diantaranya yaitu Banner Peringatan sebagai ajakan untuk mengurangi penggunaan kantong plastik, *design Sign* MP Mart dan *Neon Box* MP Mart.

Kata Kunci : Ritel, Media Promosi, *Research*, *Wayfinding*, *Signage* MP Mart