

## ABSTRAK

Indonesia telah muncul sebagai negara dengan ragam makanan ringan yang memanfaatkan kentang sebagai bahan utamanya. Menurut laporan CNN Indonesia pada tahun 2016, ada berbagai macam makanan ringan yang tersedia di pasaran. Menariknya, makanan ringan berbahan dasar kentang telah mendapatkan popularitas yang signifikan di kalangan konsumen Indonesia. Djien Gie So, Managing Director PT Calbee Wings Food, juga menyoroti preferensi makanan ringan berbahan dasar kentang di Indonesia, mengungkapkan bahwa makanan ringan olahan kentang mengalami pertumbuhan yang cukup besar selama lima tahun terakhir. Fenomena ini telah meningkatkan persaingan antar perusahaan di industri makanan ringan.

Menyikapi tren ini, banyak bermunculan produk makanan ringan berbahan dasar kentang. Diantaranya adalah Tays Bakers yang memproduksi snack keripik kentang panggang bernama Tricks Baked Crisps. Keripik ini rendah kalori, mengandung kurang dari 100 kalori per bungkusnya, menjadikannya produk perintis di Indonesia dan global karena konsep pengolahannya yang overbaked. Tersedia dalam enam rasa otentik Asia, yaitu Original, Kimchi, Rendang, Bulgogi, Asian BBQ, dan Cheese Ramyeon, Tricks Baked Crisps mewakili penawaran baru.

Namun demikian, meskipun diluncurkan pada tahun 2015, Tricks Baked Crisps masih relatif asing bagi konsumen karena upaya promosi yang kurang maksimal, terutama untuk berbagai rasa, dan ketersediaan yang terbatas di supermarket di Bandung Timur. Akibatnya, kesadaran merek produk di kalangan masyarakat masih relatif rendah.

Oleh karena itu penulis mencari solusi dengan membuat rangkaian desain promosi produk Tricks Baked Crisps. Dalam perancangan promosi ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif antara lain studi literatur, observasi di toko/supermarket, wawancara dengan Assistant manager Digital Marketing di PT Tays Bogainti Selaras & beberapa target audiens, serta penyebaran kuesioner. Selain itu, penulis juga menggunakan metode analisis menggunakan SWOT, AISAS, dan AOI sehingga dari proses tersebut akan dihasilkan ide besar yang kreatif berupa what to say dan how to say dari desain promosi dengan menggunakan rangkaian media yang menarik dan visual. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat membantu meningkatkan

brand awareness dan positioning yang lebih kuat terhadap audiens yang menjadi permasalahan Tricks Baked Crisps.

**Kata kunci:** Promosi, Varian Rasa, Rendah Kalori, Praktis.