

## ABSTRAKSI

Perkembangan industri alat musik di Indonesia semakin berkembang pesat. Data statistik dari Kementerian Perindustrian pada tahun 2018 menunjukkan bahwa industri alat musik mencatat surplus sebanyak US\$430 juta, atau mengalami peningkatan 2,22% dari surplus 2017 yang mencapai US\$420,65 juta. Salah satu usaha yang memiliki peran penting dalam mendorong tumbuhnya ekspor alat musik di Indonesia adalah adanya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, tidak semua Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak pada bidang musik memiliki omzet yang tinggi. Seperti Splectrum yang memiliki omzet sebesar Rp. 48.530.000,-. Oleh karena itu perancangan strategi promosi menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan brand awareness khalayak terhadap produk yang berpengaruh kepada penjualan, khususnya pada Splectrum. Oleh karena itu peneliti akan mengambil judul tentang Perancangan Strategi Promosi UMKM Splectrum. Metode penelitian yang digunakan pada perancangan tugas akhir ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan studi pustaka, observasi, wawancara dan kuesioner. Pada penelitian perancangan ini terdapat manfaat akademis, yaitu sebagai referensi pembelajaran dalam menyelesaikan suatu permasalahan dibidang studi Desain Komunikasi Visual bidang periklanan, dan terdapat manfaat praktis yaitu dapat membantu Splectrum dalam memecahkan masalahnya dalam membuat strategi promosi dan media yang digunakan.

Kata kunci: media, promosi, strategi promosi, *target audience*, visual