

## ABSTRAK

### “Perancangan Brand Communication Abon Ama dan Media Promosinya”

*Abon Ama adalah salah satu produk makanan abon yang sudah di produksi dan berjalan dari tahun 2020 akan tetapi kurang mendapatkan perhatian dari calon customer dan minimnya media promosi, hal ini dikarenakan Abon Ama adalah bisnis yang masih relative baru yang memiliki kekurangan dalam mengkomunikasikan produknya kepada target market dari Abon Ama. Perancangan ini bertujuan untuk Merancang brand communication beserta media promosinya yang sesuai bagi Abon Ama agar membantu ibu rumah tangga mencari lauk makanan dan membantu untuk mempersiapkan lauk makanan atau camilan di rumah secara praktis dan tahan lama. Data primer diperoleh dari uji coba dilakukan dengan wawancara dengan expert user, extreme user dan melakukan survey terhadap media yang akan digunakan oleh Abon Ama untuk menkomunikasikan produknya. Data sekunder diperoleh melalui studi literatue seperti buku, jurnal, artikel dari internet yang berhubungan dengan pemilihan tampilan media dari Abon Ama. Hasil Perancangan berupa strategi kampanye dan penggunaan media promosi baik secara online dan offline untuk menkomunikasikan produk dan membuat orang-orang tertarik untuk membeli dan mencoba Abon Ama.*

**Kata Kunci** : Abon Ama, Abon, Brand Communication, Strategi Kampanye, Media Promosi.

## ABSTRACT

### “Abon Ama Brand Communication Design and Media Promotion”

*Abon Ama is a floss food product that has been produced and running since 2020. The biggest flaw that Abon Ama have is lack of product awareness and the lack of promotional media, this happen because Abon Ama is still a relatively new business in the market that lacks communication to its market segment. This design aims to create a brand communication and promotional media that are suitable for Abon Ama to help housewives to help prepare food or side dishes at home in a practical way and can be kept in the shelves for a long time. Primary data were obtained through a qualitative method by interviewing expert users, extreme users and conducting surveys of the promotional media that Abon Ama use to communicate their products. Secondary data were obtained through literature studies such as books, journals, and articles from the internet that are related to the selection of media appearance from Abon Ama. Abon Ama Brand Communication solution is to design a campaign strategy and the right selection of offline or online promotional media to communicate the product value that Abon Ama have in order to make the market interested to buy and try the product.*

**Keywords:** Abon Ama, Abon, brand communication, campaign strategy, promotional media.