

ABSTRAK

Kampoeng Harapan adalah salah satu kampung di Surabaya yang dulunya merupakan eks-prostitusi Dolly dan saat ini telah berubah. Dengan dibantu Gerakan Melukis Harapan (GMH), warga disana mendirikan beberapa Usaha Kecil Menengah (UKM) untuk memperbaharui perkonomiannya. Namun, ternyata dalam perjalanan tidak ada peningkatan penjualan bahkan terkadang mengalami penurunan. Target market juga banyak yang belum mengenal produk yang ditawarkan serta masih melekat image masa lalu. Dengan adanya permasalahan tersebut Kampoeng Harapan membutuhkan media promosi yang dapat mendukung agar dikenal target marketnya. Dalam proses perancangan ini teori-teori didapatkan dari buku dan website yang berisi tentang definisi maupun penjelasan dari ilmu-ilmu yang akan digunakan sebagai dasar perancangan media promosi contohnya seperti pemasaran, promosi, layout, dll. Proses pembuatan media promosi ini melalui tahap-tahap proses yaitu menganalisis data produk dan entitas sejenis. Hasil dari analisis tersebut diolah menjadi sebuah konsep desain, kemudian menghasilkan thumbnail dan final design. Setelah proses desain selesai kemudian diimplementasikan ke beberapa komponen yaitu Poster, Brosur, Media Sosial, Website dan Graphic Standard Manual. Kemudian dilakukan uji coba dan evaluasi ke beberapa target market dan designer. Dari data uji coba dapat disimpulkan bahwa media promosi dapat menarik target market, informasi dapat dipahami dengan jelas dan website berjalan sesuai fungsinya.

Kata kunci : Media Promosi, Promosi, UKM, Kampoeng Harapan.