

## **ABSTRAK**

Pauline Setyawan (625150019)

### **PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PRODUK KERAJINAN ROTAN LOKAL MIL AND BAY PADA PEREMPUAN UMUR 26-35 TAHUN**

Indonesia adalah penghasil rotan terbesar di dunia, sebanyak 90% rotan dapat dihasilkan oleh Indonesia, namun produk rotan yang merupakan sumber kekayaan alam dari Indonesia tidak dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat Indonesia. dasarnya rotan di Indonesia masih belum terberdayakan secara penuh, rotan di Indonesia yang berjumlah 17.217.442 ton, tapi pada saat ini hanya 170.000 ton yang mampu diproduksi dalam negeri. Oleh sebab itu penambahan perusahaan kerajinan rotan di Indonesia sangat membantu dalam meningkatkan produksi, penjualan serta meningkatkan ekspor kerajinan rotan. Berdasarkan Hasil wawancara dengan target audience rotan juga seringkali dianggap ketinggalan jaman. Hal ini disebabkan karena kurangnya promosi yang menarik untuk menarik target agar mau membeli produk rotan.

Oleh karena itu, dibutuhkan media-media promosi yang dibuat dengan tepat sasaran agar mampu menarik para target audience supaya dapat menarik perhatian mereka untuk membeli rotan yang dianggap ketinggalan jaman. Promosi ini dilakukan untuk para ibu umur 26-35 tahun dengan SES B. Pendekatan promosi yang dilakukan menggunakan pesan yang emosional dan ditambahkan juga konten yang informatif agar selain memberikan pesan yang emosional, target juga mendapatkan informasi tentang produk rotan.

**Kata kunci :** Promosi, komunikasi, Produk rotan