

ABSTRAK

Penelitian ini berisikan tentang strategi promosi dengan melihat fenomena permasalahan yang terjadi di Martabak Sari Sunda Pak Wawan. Tujuan dari penelitian ini adalah dengan merancang promosi guna meningkatkan *value*, penjualan, dan *engagement* Martabak Sari Sunda Pak Wawan, Maka solusi dari permasalahan tersebut adalah dengan membuat perancangan strategi promosi dengan menyesuaikan dengan anggaran yang didapat oleh Martabak Sari Sunda Pak Wawan, strategi promosi bisa dikatakan efektif apabila dalam perancangannya dibuat secara matang dengan menyesuaikan kondisi yang sedang terjadi. Upaya promosi yang dilakukan Penulis dalam promosi sejauh ini adalah AISAS yang merupakan salah satu cara yang cukup efektif dalam pada saat ini, strategi yang digunakan Penulis ialah ingin memposisikan Martabak Sari Sunda sebagai produk Martabak yang berkesan karena konsistensi rasa, berkualitas dan pelayanan baik dan ramah, sejak dulu sehingga menciptakan pengalaman, cerita dan hal yang *memorable* bagi target audiens, dengan memanfaatkan strategi penjualan secara langsung dengan menggunakan balon karakter akan tercipta interaksi yang lebih dekat dengan konsumen, dengan adanya strategi media promosi *Brand Activation* berupa *Sharing Experience* dan media pendukungnya seperti, Tiktok, Instagram, yang merupakan bentuk langkah perusahaan dalam upaya adaptasi di era digitalisasi yang serba cepat dalam pertukaran informasi, Adapun dengan adanya perancangan media ini, diharapkan akan menjadi solusi untuk permasalahan dari Martabak Sari Sunda Pak Wawan.

Kata Kunci :

strategi promosi, martabak sari sunda pak wawan, AISAS, *sharing experience*