

## ABSTRAK

UMKM Wisnu Tatah Indah memiliki potensi yang dapat dikembangkan, karena subsektor kriya memiliki sisi historis dan budaya yang kuat serta karakteristik yang menggambarkan budaya masyarakat Toba. UMKM Wisnu Tatah Indah ini sudah banyak menghasilkan produk kriya yang berkualitas, namun masih kurang memperhatikan media promosi yang dimiliki. Media promosi awal yang dibangun belum dapat dimaksimalkan dengan baik. Usaha ini awalnya sudah menggunakan media sosial Instagram sebagai media promosi, namun belum ada perkembangan yang signifikan.

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang media promosi UMKM Wisnu Tatah Indah sebagai usaha kerajinan souvenir autentik khas Batak melalui media komunikasi visual dan mengetahui pengaplikasian media promosi pada berbagai jenis media. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deksriptif dengan teknik pengumpulan data berupa metode wawancara, observasi, kusioner, dokumentasi, dan studi literatur.

Perancangan ini dilakukan untuk menghasilkan media promosi baru pada UMKM Wisnu Tatah Indah yaitu dengan redesain media promosi pada UMKM Wisnu Tatah Indah dengan membuat desain sekaligus *copywriting* untuk meningkatkan penjualan. Media utama yang akan dipakai dalam perancangan ini berupa Instagram Ads, sedangkan media pendukung berupa spanduk, *x-banner*, kartu nama, *thankyou card*, poster, gantungan kunci, totebag, pulpen, stiker dan stempel.

**Kata kunci:** Media promosi, Redesain, Kerajinan