

ABSTRAK

Sebagai Negara Kuliner Indonesia sudah memiliki banyak cafe, restoran, dan bar, khususnya di kota-kota besar seperti Jakarta. Tak hanya cita rasa yang di pikirkan tetapi saat ini banyak cafe, restoran, dan bar yang berlomba-lomba untuk memiliki keunikan, dan kenyamanan untuk para konsumen yang ingin setelah bekerja atau beraktivitas mencari kenyamanan untuk sekedar berbincang. Oleh karena itu penulis membuat sebuah perancangan repromosi untuk meningkatkan konsumen agar mengerahui eksistensi **KARUMBA** (*Rooftop Rum Bar*) tidak hanya dengan cara menarik melalui visual tetapi juga dipikirkan pemilihan media promosi yang tepat agar sampai pada target marketnya.



ABSTRAK

As culinary country, indonesia has ben had many kinds of cafe, restaurant and bar. Particularly in capital city such Jakarta. It is not only about the taste which they apply, but they also competent in uniqueness. This is the fact that their uniqueness makes consumens are interested in them. It makes consumens come to get along or take rest after working. Therefore the author makes repromotion planning to increase the coming of consumens in order to influence KARUMBA (Rooftop and Rum Bar) exsistantion. It is not only interesting in visual, but the author also choose the pricise promotion media due to deliver the promotion for their target market.

