

## ABSTRAK

Kota Bandung dikenal sebagai kota kuliner, wisata, dan perkembangan industri kreatif. Salah satu yang berkembang pesat di Kota Bandung adalah dibidang industri kreatif khususnya dunia *fashion*. Banyak pelaku pengusaha kreatif berlomba-lomba untuk memasarkan produknya, mereka membuat sebuah produk-produk dengan menonjolkan keunikannya. Salah satu pelaku pengusaha kreatif adalah Nazzdezzan. Nazzdezzan adalah *brand* lokal yang menjual produk-produk multi rajut. Nazzdezzan memiliki keunggulan dalam memproduksi sepatu rajut. Produk yang dihasilkan selalu mengikuti perkembangan zaman, sehingga produk dari Nazzdezzan memiliki desain yang unik dan kekinian. Sayangnya Nazzdezzan memiliki konsumen yang berada dilingkungan pemilikinya dan pecinta rajutan saja yang mengakibatkan tidak meningkatnya omzet penjualan. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pencarian data melalui observasi, wawancara, studi pustaka, dan kuesioner. Data yang didapatkan dianalisis dengan menggunakan AISAS. Strategi penulis gunakan adalah menjadikan produk sepatu rajut Nazzdezzan yang dapat menemani dalam setiap langkah target audien dengan unik dan kekinian dengan memanfaatkan sebuah *event* pameran sebagai media utama promosi ini dan media pendukung seperti *lucky spin wheel*, *giveaway*, poster, *X-banner*, media sosial, dan *merchandise* yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik target audien terhadap produk dan *event* tersebut. Dari strategi tersebut diharapkan dapat memperluas target audien dan dapat meningkatkan penjualan produk rajut Nazzdezzan.

Kata kunci : Sepatu, rajut, *brand* lokal, unik