

## ABSTRAK

Penelitian ini didasari oleh pola hidup sehat saat ini menjadi fenomena dalam kehidupan masyarakat dari segi aktivitas, pola makan, hingga pemilihan makanan. Hal ini tentu menjadi adaptasi baru dan memunculkan inovasi baru terhadap bisnis kuliner. Tidak hanya menyesuaikan dengan perkembangan zaman, tetapi juga menjadi salah satu faktor penentu agar bisa bertahan dalam memenangkan persaingan dengan kompetitor lain. Siecookies merupakan UMKM yang menawarkan produk makanan dengan bahan berkualitas, dan menggunakan staff *food technology* dalam memproduksi makanannya. Selain bahan yang berkualitas harga yang ditawarkan cukup terjangkau untuk dapat menikmati produk ini. Sebagian besar konsumen hanya terfokus pada produk saja, belum memahami keunggulan dari produknya, oleh sebab itu hal ini menjadi kendala bagi UMKM Siecookies. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode observasi penulis melakukan observasi di Kota Bandung. Penulis melakukan observasi untuk mendapatkan data perusahaan & data produk, sedangkan metode wawancara untuk mendapatkan data mendalam tentang perusahaan dan analisis target audiens, kuesioner untuk mendapatkan data consumer journey, dan studi pustaka untuk mendukung penulisan ini. Metode ini digunakan agar menemukan cara untuk menyampaikan pesan citra produk kepada target audiens. Perancangan strategi promosi ini bertujuan untuk meningkatkan *awareness* produk sehingga kegiatan promosi lebih efektif. Penelitian ini akan menghasilkan strategi promosi dengan menggunakan beberapa media, yaitu media digital dan konvensional sebagai sarana penyampaian pesan. Perancangan promosi ini dapat mengatasi permasalahan strategi promosi siecookies agar lebih efektif dan efisien.

Kata Kunci : perancangan, strategi promosi, Siecookies