

ABSTRAK

Penelitian ini didasari oleh fenomena yang sedang terjadi di Kota Padang saat ini. Di Kota Padang, sekarang ini makanan manis atau *dessert* kian digemari dan semakin banyak peminatnya. Semakin banyak cafe dan restaurant yang tidak hanya menjadikan makanan manis atau *dessert* sebagai makanan pendamping, namun menjadikan aneka jenis *dessert* sebagai menu andalannya atau menu utamanya. Sweettooth Café merupakan sebuah UMKM yang berkonsep sebuah *café* dan *bakery* yang dulunya hanyalah sebuah *bakery* saja. Pengunjung dapat menyantap hidangan utama, makanan manis, dan aneka jenis minuman. Penulis menggunakan metode observasi untuk mendapatkan data produk dan perusahaan, metode wawancara yang untuk mendapatkan data mendalam tentang kendala yang dialami, dan metode kuesioner berdasarkan untuk mendapatkan data mengenai target audiens terhadap perusahaan, dan studi pustaka yang bertujuan untuk mendukung penulisan. Menurut hasil wawancara dan kuesioner, mayoritas masyarakat Padang masih belum mengetahui jika Sweettooth Café memiliki menu baru. Perancangan strategi promosi ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dan *brand knowledge* dari Sweettooth Café dengan menggunakan media utama dan media pendukung. Penulis menggunakan *billboard* sebagai media utama dalam promosi Sweettooth Café Padang. Sedangkan media sosial dan *event booth* digunakan sebagai media pendukung. Perancangan strategi promosi ini diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* dan *brand knowledge* dari Sweettooth Café.

Keyword : Bakery, Café, Promosi, UMKM