ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan zaman, banyak inovasi yang dikeluarkan oleh para produsen makanan ringan untuk memenuhi keinginan para konsumen. Salah satu usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang berada di daerah Pangandaran bernama Cupa cupa snack berani berinovasi memproduksi camilan *seafood* yang kaya gizi dan tinggi protein dengan memanfaatkan sumber daya alam Pangandaran yang melimpah. Namun, tidak adanya promosi yang dilakukan oleh Cupa cupa snack kepada konsumen membuat *awareness* dari target audiens terhadap *brand* mereka sangat kurang. Penulisan ini bertujuan untuk merancang strategi promosi untuk meningkatkan dan menguatkan *brand awareness* Cupa cupa snack pada target audiens dan juga memberi informasi dan mempersuasi audiens akan manfaat dari Cupa cupa snack melalui promosi dengan menggunakan media sosial. Metode Penelitian ini menggunakan tipe kualitatif yang bertujuan memahami suatu fenomena yang sudah diteliti sehingga menemukan jawaban yang tepat atas permasalahan dan merumuskan dengan baik. Perancangan strategi promosi ini bermanfaat untuk membantu Cupa cupa untuk meningkatkan penjualan dan juga membangun kesadaran target audiens terhadap produk Cupa cupa dengan perancangan strategi promosi melalui visual dan penggunaan media yang tepat untuk Cupa cupa snack.

Kata Kunci: *brand awareness*, Cupa cupa, media sosial, strategi promosi