

## ABSTRAK

Roti dan kue merupakan makanan pokok yang sudah dimulai sejak belanda menduduki wilayah Indonesia dan terus berkembang hingga saat ini. Perkembangan roti dan kue mengalami banyak perubahan dan variasi dengan berbagai macam rasa dan bentuk, budaya memakan roti biasa dilakukan oleh orang-orang barat dan di perkenalkan di Indonesia dengan cara jual-beli. Perkembangan industri *bakery* semakin berkembang pesat yang banyak disebabkan dengan meningkatnya permintaan terhadap produk *bakery*. Le Miel House Bakery merupakan salah satu UMKM yang memproduksi dan menjual berbagai macam jenis roti dan kue. Le Miel House Bakery memiliki potensi yang dikembangkan lagi agar lebih dikenal di kalangan masyarakat dan dapat menarik perhatian pada target audience nya, dimana dalam piramida brand awareness Le Miel House Bakery ini masih dalam tingkat terendah yaitu *unaware*. Maka pada tugas akhir ini perlu ada perancangan strategi promosi. Tujuan dari tugas akhir ini ialah terancangnya strategi promosi dan media promosi yang tepat untuk mempromosikan Le Miel House Bakery sehingga meningkatkan *awareness* terhadap kalangan remaja hingga dewasa dari rentan umur 17-30 tahun. Perancangan ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, studi pustaka, dan kuesioner. Kemudian data yang didapat dianalisis menggunakan analisis SWOT, AOI, dan AISAS. Diharapkan dengan adanya perancangan strategi promosi ini dapat meningkatkan brand awareness Le Miel House di Kota Bali.

**Kata Kunci: Strategi Promosi, Media Promosi, Le Miel House**