

ABSTRAK

Industri *fashion* saat ini berkembang sangat cepat sehingga tidak hanya pakaian baju, celana, dan sepatu saja yang menjadi perhatian dunia *fashion*, saat ini sudah merambat menuju kaus kaki. Jika kita lihat beberapa tahun kebelakang, kaus kaki hanya memiliki beberapa jenis saja seperti kaus kaki untuk sekolah, kaus kaki muslim, dan kaus kaki anak. Namun sekarang kaus kaki sudah menjadi gaya hidup masyarakat terutama kalangan anak muda yang selalu ingin tampil *stylist* setiap saat. UMKM Pattent Goods menciptakan produk kaus kaki dengan berbagai macam motif menarik yang mampu menarik perhatian konsumen yang melihatnya. Akan tetapi, masyarakat sekitar Bandung masih banyak yang belum mengetahui keberadaan produk Pattent Goods ini karna media promosi yang dilakukan hanya baru menggunakan media online saja. Maka dari itu, Pattent Goods membutuhkan strategi promosi kreatif untuk meningkatkan penjualan sekaligus memperkenalkan produknya kepada masyarakat Bandung. Tujuan dirancangnya strategi promosi ini untuk menentukan pesan yang akan disampaikan dan merancang strategi promosi *visual* agar dapat mencapai *target audience* yang dituju. Dalam perancangan ini metode yang digunakan adalah kualitatif dengan melakukan observasi, wawancara, menyebarkan kuisioner, dan studi pustaka.

Kata kunci: kaus kaki, *blanket*, *fashion*, strategi promosi, patent goods