

## **Abstrak**

Banyaknya peminat terhadap kuliner bakso membuat banyak orang di Indonesia membuat kreasi menarik dari bakso, salah satunya adalah Mymo Baso Ceker di Kota Cimahi. Mymo Baso Ceker menyajikan hidangannya dengan mi yang lebih tipis serta diberi bumbu garam, lada, kecap asin, dan bahan lainnya, sehingga bumbunya meresap kedalam mi. Serta kondimen utamanya yaitu ceker, yang dimasak dengan proses yang panjang sehingga memiliki tekstur yang lembut. Namun, kurangnya peminat dari kalangan remaja (usia 17-24 tahun) menjadi sebuah permasalahan, karena promosi yang digunakan masih kurang tepat dan tidak menyasar audiensi yang diinginkan. Maka digunakan metode penelitian kualitatif dengan pengumpulan data dari metode observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka, lalu diolah dengan analisis, *SWOT*, dan *AOI*, dengan tujuan untuk merancang strategi kreatif dan desain visual, serta pemilihan media yang tepat untuk promosi *brand* Mymo Baso Ceker. Sehingga dapat menciptakan *awareness* kepada kalangan remaja. Dengan demikian perancangan strategi promosi untuk Mymo Baso Ceker ini dapat membuat *brand* Mymo Baso Ceker menjadi dikenal oleh masyarakat luas dari semua kalangan di Kota Cimahi atau bahkan lebih luas lagi.

**Kata Kunci : Bakso, Mymo Baso Ceker, Promosi**