

ABSTRAK

Semakin banyaknya persaingan di industri kuliner di Kota Bandung terutama kue-kue artis kekinian lainnya yang ada di Kota Bandung jadi penyebab Delchi Patisserie harus membuat strategi promosi yang bagus supaya pemebli tertarik akan produknya.

Delchi Patisserie didirikan pada April 2016 di Bandung sebagai bisnis lokal di industri kuliner rumahan dengan konsentrasi pada makanan penutup dan patisseries di bawah CV. Pramadana Boga Rasa. Menyajikan Japanese Patisseries otentik yang ringan dan lezat dengan sensasi yang berbeda, varian menu yang banyak serta olahan dari bahan lokal akan cita rasa namun rendah gula. Kurang optimalnya pesan yang disampaikan membuat brand awareness di kalangan masyarakat tidak terbentuk. Solusi yang penulis tawarkan adalah dengan merancang strategi kreatif promosi untuk Delchi Patisserie. Metode yang digunakan penulis dalam penulisan adalah melalui metode kualitatif, metode observasi, metode kuesioner. Data yang digunakan dianalisis dengan menggunakan teori SWOT, AISAS, dan AOI. Untuk merumuskan strategi promosi.

Dengan adanya penulisan ini, penulis dapat meningkatkan awareness masyarakat terhadap Delchi Patisserie sebagai pelopor kuliner Japanese patisserie di kota Bandung, serta dapat membantu strategi kreatif dalam membangun media promosi demi meningkatkan brand awareness.

Kata Kunci : Brand Awareness, Delchi Patisserie, Japanese Patisserie, Media Sosial, Strategi Promosi