

## ABSTRAK

Orang – orang memilih café sebagai tempat ketiga dengan berbagai alasan tertentu, memindahkan kegiatan sehari – hari mereka ke café seperti mengerjakan tugas, mengobrol bersama teman, ataupun sekedar mencari hiburan. Kunyiru Café dan Resto sudah berdiri sejak tahun 2017 dan berada di tengah Kota Bandung, tepatnya di Jl. Pasundan No. 90 dengan konsep *bikers*. Sang pemilik membuka usaha ini sesuai dengan hobinya kepada motor besar hingga motor *sport*. Latar belakang masalah dalam perancangan ini adalah kurangnya *awereness* masyarakat mengenai Kunyiru Café dan promosi yang masih kurang baik dilakukan sehingga kurangnya minat dan pengetahuan para target audiens mengenai Kunyiru Café.

Dalam perancangan startegi promosi ini menggunakan metode penelitian kualitatif, observasi, wawancara, kuisisioner hingga metode analisis SWOT (*Strenghts, Weakness, Opportunity, Threats*) dan AISAS (*Attention, Interest, Search, Action*). Lalu teori yang digunakan diantaranya adalah teori promosi, iklan, media, komunikasi dan Desain Komunikasi Visual. Hasil dari perancangan ini adalah merancangan strategi promosi untuk Kunyiru Café dengan mengedepankan USP (*Unique Selling Point*) dari café, yaitu café dengan konsep *bikers* dan penyajian makanan menggunakan nyiru. Dengan mengadakan “ *Bikers KostumDay* “ yang bertempat di Kunyiru Café dan Resto dan beberapa kegiatan hingga *merchandise* yang akan dibagikan pada saat acara tersebut dilaksanakan.

Kata Kunci : Cafe, *Bikers*, Promosi, Metode Penelitian, Strategi Promosi.