

ABSTRAK

Budaya rajut menjadi salah satu budaya tradisional dan sampai sekarang masih banyak ditemukan dan banyak juga kerajinan tangan hingga pakaian yang dibuatnya berasal dari rajutan, Sehingga permintaan model pakaian dengan menggunakan kain rajut dengan tema etnik atau budaya semakin meningkat. Potensi bisnis rajutan di Indonesia sangat menjanjikan karena semakin banyak permintaan dan disamping itu bisnis rajutan bisa untuk melestarikan budaya rajut yang sekarang ini mulai punah. Salah satu UMKM *fashion* rajutan di Kota Bandung yaitu Gallery Rajut (Galleraj). Dengan penjualan mereka yang naik-turun penjualan dari Galleraj hanya meningkat disaat *event-event* besar saja misalkan pada Hari raya/Tahun baru. Belum terciptanya bentuk *awareness* dari calon konsumen karena mereka sebelumnya hanya membeli produk cardigan rajutan ini dari para *reseller*. Metode perancangan kali ini menggunakan metode kualitatif dengan data yang sudah dikumpulkan yaitu Wawancara, observasi dan studi pustaka. Adapun metode analisis yang digunakan yaitu SWOT, AISAS, AOI Tujuan dari perancangan ini adalah terancangnya strategi promosi untuk membangun brand awareness yang dikemas melalui strategi visual pada media periklanan yang tepat. Dengan demikian, hasil yang didapat dalam perancangan ini adalah menjadikan Gallery Rajut tersebut semakin dikenal oleh masyarakat dan penjualan semakin meningkat.

Kata kunci : *Awareness*, Promosi, Rajutan.