

ABSTRAK

Bandung memiliki banyak kuliner yang bervariasi dari makanan tradisional sampai makanan modern. Oleh karena itu, Bandung menjadi salah satu tempat yang menawarkan berbagai macam makanan untuk oleh-oleh ketika sedang mengunjungi kota tersebut. IHS pandan & coklat merupakan jajanan pasar tradisional lapis basah yang dibuat homemade dengan bahan dasar tepung aci dan tepung ketan sebagai oleh-oleh ketika berkunjung ke Bandung. Namun, banyak tempat yang menjual berbagai macam produk oleh-oleh membuat persaingan di bisnis ini begitu selektif dan ketat. Ini membuat banyak tempat yang menjual produk berinovasi dalam membuat makanan untuk menjadikannya salah satu oleh-oleh khas Kota Bandung. Selain itu, IHS lapis basah belum mempunyai *branding* untuk menunjukkan identitas produk agar bisa di bedakan dari pesaing, yaitu lapis basah terbuat dari tepung beras dan tidak memiliki sosial media untuk sarana informasi branding maupun promosi. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk merancang *branding* yang tepat untuk membuat *positioning* dan meningkatkan *awareness*, serta melakukan promosi dengan menggunakan *brand activation* secara online maupun offline menggunakan *brand ambassador*, *social media challenge* dan membuka *booth* sebagai media pendukung untuk meningkatkan kesadaran *target audience* tentang keberadaan IHS lapis basah. Metode penelitian yang digunakan penulis, yaitu kualitatif berupa studi pustaka, observasi, wawancara dengan narasumber dan *target audience*, serta pengumpulan data *target audience* dengan kuesioner. Kemudian, data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan metode AOI, AISAS, dan SWOT.

Kata Kunci: *Branding, Brand Activation, Brand Awareness*, IHS lapis pandan & Coklat