

## ABSTRAK

Penelitian ini di buat untuk merancang strategi promosi Tiramisusu by Chocomory. PT Cisarua Mountain Diary atau dikenal dengan nama Cimory menambah bisnis anak perusahaan yang khusus memproduksi olahan coklat yakni Chocomory Tiramisusu. Tiramisusu by Chocomory merupakan tempat yang menjual makanan penutup yang memiliki rasa manis, dari mulai olahan bolu hingga snack. Tiramisusu merupakan bolu yang dibuat dengan olahan yang berbeda, memiliki 6 layers, 2 varian rasa, coklat dan cookies n cream, serta di taburi topping di atas nya yang menjadi daya tarik konsumen pada produk yang dijual oleh Tiramisusu by Chocomory. Tiramisusu by Chocomory telah melakukan promosi di beberapa sosial media, seperti Instagram, Facebook, dan Tiktok. Pencapaian branding dari produk Tiramisusu by Chocomory sudah mencapai pada target audience, dengan followers Instagram 102 ribu, Facebook 1.090, dan Tiktok 143,7 ribu. Tiramisusu by Chocomory sejauh ini belum melakukan promosi dengan inovasi yang baru, hanya dengan mengandalkan pada promosi media sosial dan media luar ruangan (billboard). Tiramisusu by Chocomory memerlukan strategi promosi yang selain dapat menarik perhatian target audience juga dapat mempengaruhi/membujuk target audience untuk mencoba dan membeli produk, target audience dapat memiliki komunikasi yang baik dengan penjual. Dalam melakukan strategi promosi tersebut, produk Tiramisusu by Chocomory dapat melakukan promosi dengan inovasi yang baru yaitu dengan mengadakan event fun games yang berhadiah sehingga target audience dapat mencoba produk Tiramisusu by Chocomory, lalu dengan mengundang influencer dalam mempromosikan dengan gaya komunikasi yang di sesuaikan pada influencer tersebut, hal ini akan membantu dalam membujuk/mempengaruhi target audience dalam mencoba dan membeli produk. Selain itu, Tiramisusu by Chocomory membuat konten yang sedang trend dalam mempromosikan produk nya, karena algoritma pada sosial media akan cepat, konten yang sedang trend akan banyak di akses oleh target audience, sehingga promosi yang dilakukan tidak terkesan monoton. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data dari metode observasi, wawancara, kuisisioner, dan studi pustaka, lalu diolah dengan analisis SWOT, AISAS, dan AOI, dengan tujuan merancang strategi promosi untuk membuat target audience tertarik terhadap produk. Penelitian ini akan menghasilkan strategi promosi yang dibuat dengan inovasi baru yaitu event fun games berhadiah.

**Kata kunci : Bandung, Dessert, Event, Fun Games, Berhadiah, Tiramisusu by Chocomory** *Abstract*