

ABSTRAK

Kota Sukabumi banyak dikunjungi oleh wisatawan karena lokasinya yang dekat dengan wisata alam yang indah. Semakin berkembangnya zaman juga teknologi, wisata di kota Sukabumi semakin berkembang begitu juga dengan wisata kulinernya. Saat ini kota Sukabumi sedang mengalami kenaikan jumlah wisatawan pasca pandemi. Para pelaku usaha terutama usaha kuliner dituntut semakin kreatif menciptakan berbagai inovasi. Sukabumi memiliki beberapa oleh-oleh yang populer, salah satunya adalah mochi. Kue mochi ini termasuk ke dalam salah satu kue tradisional khas Sukabumi, dan salah satu toko mochi di Kota Sukabumi adalah Mochi Kaswari Bakat Jaya. Namun segi promosi dari Mochi Kaswari Bakat Jaya masih minim dibandingkan dengan kompetitornya. Mochi Kaswari Bakat Jaya masih kurang dalam segi *brand awareness* sehingga masyarakat kurang familier dengan produknya. Sehingga Mochi Kaswari Bakat Jaya membutuhkan inovasi dalam promosi agar lebih berkembang. Metode analisis yang digunakan untuk penelitian ini adalah dengan SWOT dan AISAS untuk melakukan pendekatan terhadap audiens. Tujuan dari penelitian ini sendiri sebagai dasar dalam perancangan promosi berupa *brand activation* yang nantinya akan meningkatkan *brand awareness* Mochi Kaswari Bakat Jaya sehingga semakin berkembang dan dapat bersaing dengan kompetitor pemegang pasar.

Kata Kunci : Promosi, *Brand Awareness*, *Brand Activation*, Wisata Kulier