

## **Abstrak**

Jumlah kendaraan bermotor di Kota Bandung saat ini mencapai 2,2 juta unit, sedangkan penduduknya hanya 2,4 juta jiwa. Banyaknya kendaraan berbanding lurus dengan banyaknya pelanggaran lalu lintas yang terjadi. Banyak pelanggar berusia dibawah 17 tahun hingga 27 tahun. Hal tersebut disebabkan karena kurangnya kesadaran akan fungsi perlengkapan berkendara, salah satunya adalah helm. Helm merupakan alat keselamatan yang sangat penting untuk melindungi kepala dari benturan dan dampak yang diakibatkan. Namun harga helm yang dianggap mahal menjadi masalah tersendiri. Padahal kualitas yang ditawarkan sebanding dengan harga yang dibandrol. Salah satu helm dengan kualitas yang baik berasal dari Indonesia, *KYT Helmet*. Mempromosikan helm KYT merupakan tujuan utama dari penelitian ini, selain untuk menjual kelebihan dan fitur yang dimiliki produk KYT. Penelitian ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat terutama usia muda agar sadar akan pentingnya menggunakan helm yang benar saat berkendara. Penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara kepada narasumber, dan kuesioner, sehingga didapatkan data kualitatif. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisa perilaku konsumen dari produk KYT dan menganalisa promosi apa saja yang telah dilakukan oleh pihak KYT. Yang kemudian hasilnya akan digunakan untuk membuat strategi promosi baru yang cocok untuk meningkatkan *Brand Awareness* dari KYT itu sendiri.

**Kata Kunci: Helm, KYT, Promosi**