

ABSTRAK

Hamburger adalah sebuah jenis makanan cepat saji yang berupa roti berbentuk bundar yang ditengahnya berisi *patty* (daging giling), kemudian sayur-sayuran seperti selada, tomat, dan bawang Bombay serta pada dasarnya saus pada burger diberi jenis saus mayones, saus tomat dan sambal. Kata hamburger berasal dari nama kota di Jerman yaitu Hamburg. Hamburger sendiri mulai menginvasi Amerika lalu berkembang menjadi burger Amerika dan setelah itu mulai terkenal di seluruh dunia salah satunya di negara Indonesia. Indonesia memiliki salah satu kedai burger yaitu Arm Burger. Arm Burger, sebuah kedai burger yang dengan cita rasa Indonesia yang mengusung sebuah tema Punk dan Metal. Mulai dari musik yang diputar, grafis yang disuguhkan, juga penamaan dalam burger pun identik dengan musik Punk dan Metal. Armburger sendiri bermula dari pemilik yang mencintai musik Punk dan Metal yang membentuk kedai di lengkong pada awal 2019. Lalu sekarang, Arm Burger sudah memiliki 2 kedai yaitu di Jl.Ir.H. Juandan dan Jl. Anggrek No. 55, Bandung. Arm Burger sendiri memiliki kekurangan dalam *Awareness* yang mempengaruhi dalam penjualannya. Perancangan ini dibuat untuk meningkatkan *Awareness* juga meningkatkan penjualan burger kembali. Dari beberapa metode perancangan promosi yang dilakukan melalui teori, observasi, wawancara, dan analisis data yang dilakukan untuk membuat sebuah perancangan strategi promosi ini untuk meningkatkan *awareness* dan penjualan kedai Arm Burger. Perancangan ini dibuat dalam bentuk media *event* juga media-media pendukung seperti konten visual yang ada di sosial media juga media cetak lainnya untuk disampaikan ke target audiens yang dituju.

Kata kunci: Burger, cita rasa Indonesia, Punk dan Metal, Promosi, Event, Visual.