

## ABSTRAK

Di zaman modern seperti sekarang ini, Kemunculan restoran cepat saji atau *fast food* kian hari kian menjamur. Selain orang Indonesia, hampir semua warga dunia menyukai beragam menu makanan khas restoran *fast food*. Guzzbun merupakan UMKM yang menjual burger yang di bergerak di bidang kuliner *fast food*. Namun Guzzbun mempunyai permasalahan yaitu menurunnya penjualan dan juga mempunyai masalah kurangnya branding dari Guzzbun yang saat ini hanya menampilkan citra visual tanpa menunjukkan ciri khas dari Guzzbun, Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi branding pada UMKM Guzzbun yang berada di Bandung, agar Guzzbun dapat bersaing dipasaran serta dapat dikenal luas oleh masyarakat kota Bandung. Dengan begitu bagaimana cara yang tepat untuk menyampaikan pesan yang tepat pada Guzzbun, agar promosi yang dilakukan menjadi efektif dan efisien. Penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan usaha Guzzbun. Pada penelitian ini penulis akan mengembangkan dengan menggunakan metode kualitatif, dimana akan berupa observasi, wawancara serta kuisisioner yang akan disebar. Serta manfaat dari promosi ini yaitu untuk meningkatkan penjualan dan juga agar Guzzbun lebih dikenal oleh masyarakat.

**Kata kunci : Promosi, Guzzbun, Positioning, Media Visual.**