

ABSTRAK

Kedai kopi Monday Morning merupakan kedai kopi tematik yang memiliki varian kopi Signature yang unik. Kedai kopi Monday Morning memiliki barista yang sekaligus merupakan pemilik kedai yang ramah dan siap mengajarkan cara membuat kopi atau cara menjadi barista kepada konsumen yang ingin belajar, dengan hanya membeli kopi di kedainya. Kedai ini terletak di lokasi yang strategis yakni di Jl. M.H Thamrin, Pd. Jaya, Kota Tangerang Selatan. Kedai ini juga memiliki beragam fasilitas yang lengkap seperti parkir luas, toilet bersih, wifi gratis, hotel, mushola dan klinik gigi yang terletak pada bagian belakang hotel yang masih merupakan bangunan yang sama dengan kedai kopi Monday Morning. Sejak awal berdirinya kedai ini, pendapatan dari hasil penjualan kopi menurun drastis hingga 91.5% yang cenderung disebabkan oleh kurang tepatnya strategi promosi yang dilakukan oleh pemilik kedai ini. Dengan berbagai metode pengumpulan data seperti observasi, wawancara dan analisis data dengan metode SWOT, AISAS, AOI serta beragam teori pendukung, penulis menemukan adanya keperluan untuk membuat perancangan strategi promosi untuk mengkomunikasikan dan mempersuasif khalayak sasaran mengenai diferensiasi dan fitur-fitur dari kedai kopi Monday Morning. Untuk itu, penulis melakukan perancangan strategi promosi untuk kedai kopi Monday Morning Bintaro. Rancangan dibuat dalam bentuk konten visual media sosial dan berbagai macam media pendukung lainnya agar dapat memudahkan komunikasi dan memperkuat citra yang ingin disampaikan pada khalayak sasaran.

Kata kunci: Kedai kopi Monday Morning, Bintaro, Perancangan Strategi Promosi, Wisata Kuliner, Kedai Kopi, Kopi.