

ABSTRAK

Pikot Coffee merupakan sebuah *Coffee Shop* yang berada diperbatasan 4 Kota yaitu : Kota Depok, Kota Bogor, Kota Jakarta Timur dan Kota Bekasi. Pikot Coffee sudah berdiri sejak bulan April 2018 sebagai *Coffee Shop* tentunya menjadikan suatu tempat yang mempunyai menu yang hampir rata-rata dibuat langsung, mulai dari menu minuman, makanan ringan hingga makanan berat. Menu tersebut di olah dengan bahan-bahan dan material yang selalu *Fresh*, karena setiap harinya selalu dikirim baru dari segi bahan makanan ataupun minuman.

Hingga saat ini, *Coffee Shop* dibidang kuliner menjadi bidang industri bisnis dengan angka paling tinggi yang memiliki usaha dibidang kuliner, Hal ini menyebabkan keresahan yang hadir pada pendiri-pendiri *Coffee Shop*, Di karenakan semakin banyak dan meluasnya *Coffee Shop* diindonesia terutama diarea kota-kota besar dan kurangnya *Awareness* masyarakat terhadap *Coffee Shop* apalagi untuk beberapa *Coffee Shop* yang hadir dan muncul diperbatasan kota seperti Pikot Coffeee.

Pada perancangan promosi ini menggunakan metode penelitian kualitatif, karena penelitian yang digunakan sebagian besar mengacu pada fakta dan fenomena secara sistematis, Sehingga akan lebih mudah untuk di pahami dan disimpulkan apa yang terjadi di masyarakat dan yang nantinya akan menggunakan media sosial seperti Instagram, *Feeds*, Poster, dan X-banner sebagai *Output Media*. Adapula sebuah *Output Media* sebagai media utamanya adalah sebuah *Event* yang diselenggarakan di toko secara *Offline* untuk meningkatkan ketertarikan, dan perhatian Target Audience, serta menyampaikan *Product Knowledge* yang bertujuan, Agar konsumen dapat mengingat Pikot Coffee dan produknya melalui *Event* tersebut.

Kata kunci: Promosi Produk, Pikot Coffee, Kedai Kopi, Acara, Media Sosial