

ABSTRAK

Kopi merupakan salah satu minuman yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat di Indonesia. Indonesia sendiri juga menjadi salah satu negara dengan daerah penghasil kopi *single origin* ternama dalam industri kopi global. Keunikan kopi *single origin* banyak diminati oleh pecinta kopi dan membuatnya semakin banyak juga ditawarkan oleh usaha-usaha penjual kopi, salah satunya yaitu usaha kopi Selaksa Makna. Salah satu kendala yang dihadapi oleh usaha kopi ini terdapat pada upaya promosi yang dilakukan. Adanya kekurangan pada upaya mempromosikan usaha serta penggunaan media sosial pada usaha yang belum menunjukkan adanya konsistensi desain pada postingan yang dibuat. Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, kuesioner, serta studi pustaka. Sedangkan pada metode analisis menggunakan metode analisis SWOT serta perbandingan matriks. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan konsep media promosi bagi usaha kopi Selaksa Makna dalam meningkatkan *brand-awareness* konsumen terhadap merek serta produk usaha tersebut. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa perancangan konsep media promosi yang tepat bagi usaha kopi Selaksa Makna diperlukan dalam meningkatkan *brand-awareness* konsumen terhadap usaha tersebut.

Kata kunci: Media Promosi, Perancangan, Usaha Kopi.