

## ABSTRAK

### PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI KAFE HEYBREW COFFEE DI KABUPATEN TANGERANG

Oleh

Ahmad Nuzul Lindu Aji

NIM: 1601184222

Gaya hidup masyarakat mengalami perkembangan yang cukup pesat. Dahulu, bukan hal yang terlalu penting untuk memikirkan urusan gaya hidup bagi masyarakat (pergikuliner.com, 2021). Lain halnya dengan zaman sekarang, dimana gaya hidup semakin menjadi perhatian yang mendasar. Heybrew Coffee merupakan salah satu kafe di daerah Curug, Kabupaten Tangerang yang ikut andil dalam fenomena tersebut melalui konsep *open garden*-nya. Meskipun ramai pengunjung, data kuisioner yang diambil dari target audiens menunjukkan bahwa masih banyak yang belum mengetahui keberadaan kafe ini. Manajer juga menyebutkan bahwa ia ingin meningkatkan pengunjung Heybrew Coffee, sementara di sekitarnya banyak calon konsumen yang potensial. Setelah dilakukan observasi, Heybrew Coffee sudah melakukan promosi mulut ke mulut dan melalui Instagram, namun Heybrew Coffee belum memiliki pesan utama dalam promosinya. Padahal, pesan merupakan unsur yang penting dalam komunikasi. Dari data tersebut didapatkan bahwa diperlukan perancangan pesan utama dan perancangan visual yang tepat agar promosi berjalan efektif dan maksimal. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah observasi dan dokumentasi, survei, wawancara dan studi pustaka, dengan *SWOT* sebagai metode analisis data. Model analisis yang digunakan adalah *AISAS* dengan hasil akhir berupa kampanye promosi terintegrasi. Melalui perancangan yang tepat, diharapkan *awareness* konsumen terhadap Heybrew Coffee dapat meningkat.

Kata Kunci: Heybrew Coffee, Kafe, Strategi Promosi