

## ABSTRAK

Munculnya fenomena pertumbuhan pesat industri kebugaran di Kota Bandung dalam beberapa tahun terakhir. Gaya hidup sehat terus meningkat di kalangan masyarakat perkotaan, khususnya generasi muda, mendorong munculnya berbagai fasilitas kebugaran yang menawarkan layanan berbeda. Bosston Gym merupakan salah satu unit usaha pusat kebugaran yang hadir untuk memenuhi kebutuhan ini. Namun karena adanya pusat kebugaran yang terlebih dahulu terjun kedalam pasar atau market yang sama, Bosston Gym belum terlalu dilirik oleh target utama mereka. Oleh karena itu dibuatlah perancangan media promosi ini berdasarkan dari teori promosi dan tahapan perancangan dengan analisis SWOT, analisis matriks, dan AISAS dari data yang telah dikumpulkan dari data lembaga pemberi objek, data pesaing, data wawancara agar mendapatkan hasil perancangan yang baik untuk pemecah masalah yang dimiliki Bosston Gym. Perancangan dari laporan ini berbentuk *Instagram Feeds*, *Template Background*, *Repost story*, *Instagram*, *Poster*, *Billboard*, *Kaos*, *Topi*, *Stiker*. Dari hasil perancangan yang telah dibuat berdasarkan data yang telah dianalisis, diharapkan Bosston Gym dapat bersaing dengan pesaing dari pusat kebugaran yang sudah terlebih dahulu terjun.

**Kata Kunci: Perancangan, Bosston Gym, Media Promosi**