

ABSTRAK

Kopi Bening merupakan produk minuman kopi dari 210 Roastery, Pada beberapa tahun terakhir ini kopi menjadi favorit anak muda zaman sekarang, bersamaan dengan itu banyak sekali muncul kedai kopi baru di sebagian kota metropolitan di Indonesia salah satunya yaitu di Jakarta, yaitu 210 Roastery. Penemuan Kopi Bening berawal dari ketidaksengajaan dari owner 210 Roastery, berawal dari ide buat mesin untuk pengawet kopi *brew* dimana kopi memiliki masa jenuh dan bisa berubah menjadi keruh setelah itu mengekstrak masa jenuh kopi dan hanya diambil yang bening nya saja. Mesin yang dipakai disebut *Allx (All Extreme)*, disebut All Extreme dikarenakan perpindahan suhu yang ekstrim. Seiring berjalannya waktu 210 Roastery ini sudah 3 tahun berjalan, untuk penjualan tidak terjadi peningkatan ini mungkin disebabkan karena identitas dari 210 Roastery masih belum dikenali oleh masyarakat dan juga banyak kompetitor-kompetitor baru dan sejenis, hal ini didasari dari hasil observasi dan wawancara yang telah penulis lakukan terhadap 30 koresponden. Kurangnya promosi dan terbatasnya informasi membuat kurangnya *brand awareness* mengenai tempat tersebut. Oleh sebab itu maka diperlukan perancangan promosi untuk 210 Roastery, promosi berfungsi sebagai cara menarik pelanggan dan meningkatkan kesadaran masyarakat. Oleh karena itu penulis memiliki minat untuk merancang promosi 210 Roastery supaya lebih dikenali oleh semua kalangan dan juga semua usia serta mampu menumbuhkan *brand awareness* dari 210 Roastery. Pada penelitian kali ini sebuah strategi media melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Youtube dan Website. Selain itu adapula output media utama untuk meningkatkan *awareness* dan *product knowledge* yang bertujuan agar konsumen dapat mengingat *brand* dan produknya melalui *event*. Pada visual perancangan ini menerapkan gaya desain yang sederhana, dengan penggayaan yang menggunakan gradasi tone warna kopi. Dengan penerapan desain ini dirasa sudah sesuai dengan khalayak sasaran dan konsep acara yang akan diselenggarakan yaitu *event* dengan judul CLR Coffee. Dengan Penggayaan vector oleh digital juga dirasa sesuai dengan *target audiens*. Unsur visual diadaptasi dari teknik pembuatan kopi yang unik dari mesin buatan sendiri dari 210 Roastery.

Kata kunci: 210 Roastery, Kopi Bening, *brand awareness*, *branding*, *event*, promosi