

## ABSTRAK

Pada saat ini *bedcover* sudah menjadi gaya hidup masyarakat terutama di kalangan anak muda yang lebih menyukai motif yang sesuai dengan selera anak muda pada jaman sekarang, untuk menambah kesan *aesthetic* di kamar mereka. Sebuah UMKM *homemade* yaitu Gestrella Sprei yang menjual sebuah produk *bedcover*, yang menyediakan *bedcover* dengan berbagai macam motif yang mampu menarik perhatian konsumen. Berbeda dari yang lain semua produk tersedia sehingga tidak memerlukan waktu lama untuk menikmati produk yang diinginkan. Akan tetapi masyarakat dan anak muda belum mengetahui keberadaan Gestrella Sprei, sehingga penjualan masih di bawah target. Oleh karena itu Gestrella Sprei membutuhkan strategi pesan kreatif untuk meningkatkan penjualan dan mencapai target yang sesuai dengan keinginan. Tujuan dirancang ini adalah untuk menentukan pesan utama dan strategi visual dalam promosi yang sesuai dengan target *audience* yaitu anak muda. Dalam perancangan ini metode yang digunakan adalah kualitatif dan deskriptif dengan melakukan observasi langsung ke tempat produksi Gestrella Sprei, melakukan wawancara kepada *owner* dari Gestrella Sprei, menyebarkan kuesioner kepada masyarakat kota Bandung, dan Studi Pustaka. Berdasarkan data yang didapat, penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan melakukan strategi pesan kreatif dan media visual yang sesuai dengan target *audience* yaitu anak muda, sehingga konsumen bisa tertarik dengan produk Gestrella Sprei. Dengan metode strategi yang ada, penulis menerapkan strategi pesan aktif dan media visual dalam mendukung proses promosi produk Gestrella Sprei.

Kata kunci: Nyaman, aktif, *bedcover*, *homemade*, kekinian, motif, aktif dan kreatif