

## ABSTRAK

Usaha *coffee shop* di era modern dan generasi sekarang banyak peminat dan cukup menjajikan. Tak heran jika banyak orang yang membuka usaha *coffee shop* untuk memajukan ekonomi di saat masa pandemi. Salah satu wilayah Jakarta yang pertumbuhan kedai kopinya cukup banyak adalah wilayah Jakarta Selatan, dan salah satunya adalah Scoria Coffee. Salah satu kendala yang dihadapi oleh Scoria Coffee terdapat pada upaya promosi yang dilakukan. Adanya kendala dalam media promosi Scoria Coffee masih membutuhkan banyak pengembangan, yang mana belum menunjukkan konsistensi desain pada media promosi yang dibuat. Metode pengumpulan data menggunakan metode menggunakan metode observasi, kuesioner, wawancara dan studi pustaka. Sedangkan pada metode analisis digunakan analisis SWOT dan perbandingan matriks. Tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan dan merancang media promosi Scoria Coffee agar dapat bersaing dengan kompetitor dan memiliki *brand awareness* yang dikenal masyarakat. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa perancangan media promosi di Scoria Coffee diperlukan dalam meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap produk dan usaha Scoria Coffee.

Kata kunci; Media Promosi; Perancangan; *Brand Awareness*; Coffee Shop