

ABSTRAK

Banyaknya Cofffee Shop di Kota Bandung saat ini menjadikannya beragam pilihan bagi masyarakat. Selain harus bersaing dengan Coffee Shop lainnya, Ditengah persaingan yang sangat ketat, Satulima Coffee mengalami penurunan angka penjualan setiap bulannya. Owner Satulima Coffee sangat ingin menarik perhatian masyarakat untuk dating ke Satulima Coffee. Untuk itu perlu dirancang sebuah pesan dan media kreatif yang benar-benar menarik agar orang yang datang pada sebuah *event* promosi tertarik untuk mengunjungi stand mereka dan membuat media promosi yang maksimal. Dengan semakin banyaknya pengunjung yang singgah, semakin banyak yangmendapatkan informasi mengenai keunggulan yang dimiliki tempat kopi dan menjadikannya media promosi yang efektif dan efisien bagi Satulima Coffee Bandung dalam bersaing dengan Coffee Shop lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam proses perancangannya, peneliti menjadikan Dua Coffee sebagai pembanding. Diharapkan, dengan adanya perancangan pesan dan media kreatif ini mampu membantu pihak Satulima Coffee dalam meningkatkan promosi penjualannya.

Kata Kunci: perancangan, promosi, satulima coffee, strategi.