

## ABSTRAKSI

The Barista Coffee and Tea merupakan kafe baru yang berdiri sejak 2014. Kafe ini telah melakukan promosi namun kurang mendapat perhatian dari masyarakat. Dengan melihat kondisi demikian, maka dibuatlah media promosi baru yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* The Barista Coffee and Tea. *Brand awareness* adalah kesanggupan calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali suatu merek. Pembuatan media promosi yang baru dibuat atas dasar teori promosi, periklanan, *brand awareness*, SWOT, STP, layout, warna, tipografi, *website*, dan video. Penentuan media dan konsep desain didapat dari hasil analisis. mengumpulkan data permasalahan dan kebutuhan yang diperlukan, mengumpulkan data penyebaran kuesioner tentang kebutuhan dan ketertarikan responden terhadap kafe. Hasil analisa menunjukkan bahwa media promosi yang dibutuhkan adalah brosur, banner, *website*, sosial media, tumbler dan iklan majalah dengan konsep desain The Barista Coffee and Tea sebagai kafe yang nyaman dengan harga yang terjangkau. Media promosi yang baru ini telah melewati proses ujicoba dengan melakukan verifikasi dan validasi kepada target market dan pihak pengelola The Barista Coffee and Tea.

**Kata kunci:** *brand awareness*, media promosi

