

ABSTRAK

Fachry Alief Pahlevi (625160073)

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DIGITAL BAGI MAXIMO COFFEE LOUNGE DI ERA PANDEMI

Konsumen Maximo Coffee Lounge yang mayoritas adalah karyawan gedung perkantoran terkena sistem Work From Home (WFH) sehingga membuat penjualan Maximo Coffee Lounge turun. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menyebarluaskan informasi produk Maximo Coffee kepada calon konsumen yang potensial serta untuk mendapatkan konsumen baru dan juga menjaga loyalitas konsumen sehingga konsumen dapat merasakan dan menikmati kopi Maximo Coffee walaupun sedang tidak di kantor. Perancangan kampanye ini menggunakan metode kualitatif, wawancara kepada pemilik, observasi, dan studi pustaka. Target audiens perancangan ini adalah masyarakat perkotaan, pria dan wanita dari umur 22-35 tahun. Konsep kreatif dari promosi ini adalah dengan cara membuat visual dan kutipan yang menggambarkan suasana hati menjadi lebih baik saat sedang bekerja ataupun kegiatan/aktifitas lainnya. Visual tersebut dituangkan ke dalam beberapa sosial media seperti Instagram, Instagram Stories, Instagram Ads, Facebook Ads, Twitter, dan Youtube Banner Ads.

Kata kunci: Media Promosi, *Social Medi*