

ABSTRAK

Dreezel Coffee merupakan sebuah kedai kopi yang populer di kalangan generasi muda kota Bandung. Kedai ini memiliki tiga cabang yang memiliki karakteristik unik masing-masing. Minuman kopi dan non-kopi menjadi menu utama yang disajikan. Produk dari Dreezel dikenal memiliki kualitas terbaik di pasarnya. Banyak konsumen yang mengetahui keberadaan Dreezel Coffee melalui rekomendasi dari mulut ke mulut atau *Word of Mouth*. Selain itu, penggunaan Instagram Dreezel Coffee kurang efektif dan tidak ada promosi besar-besaran yang dilakukan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, kuisisioner, studi pustaka, dan dokumentasi. Analisis AOI dan SWOT dilakukan untuk membandingkan dengan pesaing-pesaing lainnya. Hasil akhir penelitian adalah merancang media yang efektif dan meningkatkan *brand awareness* melalui sebuah event yang dipromosikan melalui media sosial Instagram.

Kata Kunci: Kedai Kopi, Promosi, *Brand Awareness*.