INTISARI

Promosi merupakan salah satu kegiatan yang memiliki peran penting dalam suatu usaha. Promosi memiliki fungsi untuk memperkenalkan sebuah produk akan sebuah perusahaan kepada masyarakat, baik secara *online* maupun *offline*. Promosi *offline* adalah promosi yang dilakukan secara langsung di lapangan, contohnya membagikan brosur atau pamflet kepada masyarakat. Sedangkan promosi *online* adalah promosi yang dilakukan di *platform* sosial media. Pada era *modern* ini banyak usaha-usaha yang melakukan promosinya secara *online*, karena informasi yang disampaikan dapat langsung menyebar ke banyak masyarakat dalam waktu yang sama. Sama halnya yang dilakukan oleh objek penelitian ini yaitu Cuple Purwokerto yang melakukan promosinya melaluiu media sosial Instagram, namun belum memaksimalkan media yang sudah ada. Maka dari itu penulisan ini memiliki tujuan utama untuk membuat media promosi guna memaksimalkan kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh Cuple Purwokerto. Data yang didapat penulis merupakan data-data yang didapatkan dari hasil wawancara bersama pemilik minuman Cuple Purwokerto, kuisioner, serta observasi secara langsung ke *booth* minuman Cuple Purwokerto secara langsung. Setelah mendapat data tersebut, penulis melakukan analisis data menggunakan metode SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threats*) untuk mendapatkan strategi yang dapat digunakan dalam perancangan. Hasil dari penulisan ini nantinya adalah berupa *feed* dan *story* Instagram selama 30 hari, serta terdapat beberapa media pendukung yaitu X-Banner, kupon, buku menu, brosur, poster, dan gantungan kunci.

Kata kunci: *Cuple Drink*, Instagram, Media Promosi, *Feed,Story*