

## ABSTRAK

### PERANCANGAN MEDIA *BRAND COMMUNICATION* UNTUK MENINGKATKAN *AWARENESS CAFÉ BABA SWITA*

Aditia Nugraha  
1601194325

Fenomena munculnya berbagai kafe di Indonesia sudah menjadi pemandangan sehari-hari. Dapat dilihat dari banyaknya kafe yang bermunculan mulai dari kota besar hingga kota-kota kecil, termasuk Kota Bandung. Baba Swita merupakan kafe baru yang ada di kota Bandung, keunggulan dan potensi Baba Swita secara teratur dikomunikasikan hanya melalui sedikit *platform* media yang digunakan, dan belum memiliki media *brand communication* yang maksimal, baik secara *online* maupun *offline*, serta ingin meningkatkan upaya promosi agar lebih meningkatkan *awarnessnya* untuk mencakup target pasarnya secara luas, Baba Swita hanya konsisten mengkomunikasikan melalui platform media sosial berupa Instagram saja. Fenomena tingginya industri kafe dan pesatnya perkembangan media informasi, Baba Swita perlu memiliki *brand communication* yang baik guna mempertahankan serta mencakup pasar yang lebih luas yaitu dengan merancang media dan sistem desain serta penerapannya pada media komunikasi sebagai bagian dari *brand communication*. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data melalui studi pustaka, observasi, wawancara, dan kuesioner yang kemudian dianalisis dengan metode analisis SWOT, analisis matrix perbandingan, *Consumer Insight*, dan *Consumer Journey*. Dalam perancangan media *brand communication*, menggunakan pendekatan secara emosional sebagai konsep kreatif untuk menarik ketertarikan masyarakat terhadap produk *dessert* di kafe Baba Swita. Konsep ilustrasi yang digunakan berupa *photography* sederhana yang digabungkan dengan gambar ilustrasi sebagai nilai tambah dan memberikan kesan menarik. Selain itu konsep media yang digunakan dengan melalui media sosial seperti Instagram, dan Tiktok, juga media cetak seperti poster, *loyalty card*, kartu nama, dan *merchandise*. Melalui perancangan media *brand communication*, kafe Baba Swita diharapkan dapat meningkatnya *awareness* masyarakat terhadap usaha tersebut sehingga dapat unggul dan bersaing dengan usaha sejenis.

**Kata Kunci:** Perancangan, *Brand Communication*, Kafe, Awareness, Perkembangan informasi, Media