

ABSTRAK

Perancangan Ulang Interior Prima Rasa Bakery Pasir Kaliki Bandung dengan Pendekatan Brand Identity

Industri kuliner semakin kompetitif menuntut inovasi terus-menerus, termasuk dalam hal desain interior. Prima Rasa Bakery Pasir Kaliki Bandung, salah satu ikon kuliner Bandung, menghadapi tantangan penurunan minat pengunjung akibat interior yang dinilai monoton dan tidak lagi relevan dengan tren terkini. Penelitian ini berfokus pada perancangan ulang interior Prima Rasa Bakery Pasir Kaliki Bandung dengan tujuan utama mengintegrasikan brand identity secara konsisten ke dalam setiap elemen desain. Pada survei dan wawancara terhadap pengunjung dan karyawan Prima Rasa Pasir Kaliki Bandung, ditemukan bahwa desain interior saat ini tidak mampu memberikan pengalaman yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan terhadap merek Prima Rasa. Melalui analisis mendalam terhadap brand identity Prima Rasa, penelitian ini mengidentifikasi nilai-nilai inti dan elemen visual yang dapat diterjemahkan ke dalam bahasa desain interior. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menciptakan interior toko yang tidak hanya estetis, tetapi juga mampu menyampaikan pesan yang kuat dan konsisten tentang merek Prima Rasa, sehingga dapat memperkuat posisi merek di pasar.

Kata Kunci : pengalaman pengguna, pemasaran visual, pencitraan merek.