

ABSTRAK

Industri percetakan mengalami pertumbuhan yang signifikan, terutama di kota besar seperti Bandung, pertumbuhan tersebut mendorong perusahaan seperti PT BSC Advertising, sebuah perusahaan percetakan di Kota Bandung, yang mengalami penurunan jumlah klien agar tetap kompetitif di tengah persaingan dengan media digital. Temuan menunjukkan identitas visual yang lemah dan pergeseran perilaku konsumen pada media digital sehingga kesadaran merek tidak terbentuk dengan baik. Melalui metode observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka, penelitian ini menganalisis SWOT dan analisis perbandingan kompetitor terhadap BSC Advertising untuk merumuskan strategi desain yang efektif. Strategi ini dirancang untuk mengatasi kelemahan yang ada dengan membangun identitas visual yang kuat, mengoptimalkan pemasaran digital, dan meningkatkan keterlibatan pelanggan. Diharapkan strategi ini dapat membangun identitas visual yang kuat dan konsisten sehingga BSC Advertising dapat menciptakan kesadaran merek dan dapat meraih pangsa pasar baru yang kompetitif.

Kata Kunci: Percetakan, bsc advertising, kesadaran merek, strategi desain,