

ABSTRAK

LB LIA sebagai lembaga kursus bahasa Inggris memiliki potensi besar dalam mendukung peningkatan kemampuan berbahasa masyarakat. Namun, tantangan seperti minimnya strategi pemasaran digital, persepsi konvensional dari masyarakat, serta meningkatnya persaingan dengan lembaga kursus modern seperti EF dan British Council membuat lembaga ini perlu melakukan inovasi. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi desain yang dapat meningkatkan brand awareness LB LIA agar lebih kompetitif dan relevan dengan kebutuhan generasi muda. Metode perancangan yang digunakan adalah *Design Management Strategy* dengan pendekatan *Design Thinking*, yang terdiri dari tahapan empathize, define, ideate, prototype, dan test. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, studi pustaka, dan kuesioner dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Hasil analisis menunjukkan perlunya pembaruan identitas visual, peningkatan konten digital, dan strategi komunikasi yang konsisten. Rancangan solusi mencakup pembentukan identitas merek baru, konten media sosial yang menarik, dan media promosi digital yang interaktif. Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan daya tarik LB LIA di mata audiens target serta memperkuat posisinya sebagai lembaga kursus bahasa Inggris yang profesional, modern, dan adaptif terhadap perubahan zaman.

Kata kunci: LB LIA, brand awareness, strategi desain, komunikasi merek.