

ABSTRAK

FORMULASI STRATEGI DESAIN SEBAGAI REKOMENDASI IMPLEMENTASI BRAND IMAGE PADA COFFEE SHOP KOENO

TERMINAL POINT

Oleh: Hafifah Yusnita

NIM : 1601213036

Koeno Terminal Point *coffee shop* yang berdiri sejak tahun 2018, hadir dengan konsep *vintage* yang autentik dan lahan luas yang sering digunakan untuk berbagai acara komunitas. Permasalahan utama terletak pada kurangnya brand image yang kuat, visual yang kurang menarik dan kegiatan promosi yang kurang maksimal sehingga menyulitkan Koeno untuk mempertahankan potensial dari segmentasi pasar yang ada. Proses penelitian dilakukan menggunakan pendekatan metode kualitatif, pengumpulan data dimulai dari observasi lapangan, wawancara dengan pemilik, penyebaran kuesioner, hingga studi pustaka digital. Selain itu, dilakukan juga analisis target audiens dan perbandingan visual dengan kompetitor sejenis di wilayah yang sama. Penelitian ini bertujuan untuk mencetuskan rekomendasi formulasi strategi desain untuk memperkuat citra merek Koeno Terminal Point dalam pengembangan bisnisnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Koeno memiliki potensi dengan konsep yang unik dan tempat luas yang menjadikan *coffee shop* akan berupaya mempertahankan di segmentasi pasar nya dengan memanfaatkan keunggulan serta memaksimalkan promosi dan dapat bersaing dalam jangka waktu yang panjang. Dengan potensi tersebut penelitian formulasi strategi desain untuk peningkatan brand image akan diplikasikan pada media promosi dengan peningkatan visual baik digital dan konvensional.

Kata Kunci: Strategi Desain, Coffee Shop, Koeno Terminal Point, Citra Merek, Media Visual