

ABSTRAK

PERANCANGAN STRATEGI BRANDING AYEN BAKERY

Fenomena lingkungan sekitar, dimana salah satu makanan yang dapat menjadi pengganti nasi adalah mie dan roti. Roti disiapkan agar masyarakat yang memiliki waktu terbatas tidak perlu berlama-lama makan. Roti dapat berpotensi menjadi makanan sehari-hari karena di tengah-tengah kesibukan pekerjaan dan aktivitas roti adalah alternatif yang sangat pas di konsumsi. Situasi ini akhirnya menjadi cara hidup masyarakat saat ini. Adanya keunikan dari cara pandang masyarakat kota Serang yang dimana mereka menganggap produk milik orang Tionghoa adalah produk yang memiliki harga jual yang tinggi. Ayen Bakery adalah produk *bakery* milik orang Tionghoa asal Kota Serang yang menyediakan bermacam-macam varian kue, roti dan jajanan pasar dengan bahan baku yang premium dan harga yang terjangkau. Laporan tugas akhir ini bertujuan untuk menyampaikan pesan dan keunggulan-keunggulan dari Ayen Bakery, meningkatkan *awareness* masyarakat dan merubah pandangan masyarakat terhadap Ayen Bakery. Solusi dari permasalahan tersebut adalah dengan merancang *strategi branding*. Menggunakan metode kualitatif, metode analisis yang digunakan SWOT, AISAS, AOI dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, kuesioner, perancangan strategi ini ditujukan kepada masyarakat kota serang. Membentuk *strategi branding* yang sesuai dengan pesan dari Ayen bakery, menggunakan media promosi yang sesuai dengan target sasaran dengan harapan agar dapat meningkatkan *brand image* Ayen Bakery di kota Serang Banten.

Kata kunci: Ayen Bakery, Serang, *branding*, *promosi*