

ABSTRAK

Pertumbuhan konsumsi rumah tangga di Indonesia mendorong peningkatan signifikan dalam industri penyediaan makanan dan minuman. Meskipun berada di lokasi strategis, Waroeng Paten mengalami penurunan keuntungan di tengah persaingan industri yang semakin kompetitif. Hasil observasi menunjukkan bahwa identitas visual yang kurang konsisten serta dominasi penggunaan media konvensional tanpa integrasi digital menjadi faktor utama yang melemahkan efektivitas *brand communication* Waroeng Paten. Minimnya pemanfaatan media sosial dan kanal daring serta penggunaan elemen visual seperti warna, tipografi, dan karakter visual dalam identitas brand belum dikelola secara konsisten dan terstruktur menyebabkan penyebaran informasi dan brand masih bergantung pada promosi dari mulut ke mulut dan tidak melekat ke konsumen yang sulit dikendalikan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan perancangan strategi desain yang terarah dan konsisten, guna memfasilitasi peningkatan awareness serta memperkuat citra merek Waroeng Paten di pasar. Dari data-data yang sudah diperoleh dan dikumpulkan dengan menggunakan metode Observasi, wawancara dan studi pustaka untuk kemudian dianalisis menggunakan Pendekatan strategi desain yang menjadi solusi untuk membangun sistem komunikasi visual yang efektif, dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip desain ke dalam pengelolaan brand communication berbasis analisis bisnis. Diharapkan hasil perancangan ini mampu membantu Waroeng Paten meningkatkan daya saing dalam industri makanan dan minuman yang semakin dinamis.

Kata Kunci: *Awareness, Brand Communication, Identitas Visual, Strategi Desain, Waroeng Paten*