

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada perancangan pesan komunikasi merek untuk Kafe Kopi Teman Istimewa, sebuah kafe inklusif di Indramayu yang memberdayakan barista tunarungu sebagai bentuk nyata pemberdayaan disabilitas. Dalam industri kuliner yang kompetitif, pesan komunikasi yang dirancang secara strategis berperan penting dalam membentuk citra merek yang positif dan membangun keterikatan emosional dengan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam, yang dianalisis dengan bantuan perangkat lunak NVivo 12 untuk menggali pengalaman dan persepsi pelanggan terhadap interaksi dengan barista tunarungu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan merek tersampaikan melalui bahasa isyarat, panduan visual, serta sikap ramah barista yang menciptakan pengalaman unik dan berkesan. Nilai-nilai inklusif yang dihadirkan memperkuat persepsi pelanggan terhadap keberagaman dan pemberdayaan penyandang disabilitas. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan perancangan pesan merek yang menekankan empati, kesetaraan, dan interaksi langsung, serta penguatan melalui pelatihan staf, media edukatif, dan kampanye sosial. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan dalam mengembangkan pesan komunikasi merek yang inklusif, adaptif, dan transformatif dalam sektor kuliner.

Kata Kunci: Perancangan pesan, komunikasi merek, kafe inklusif, barista tunarungu, pengalaman pelanggan