

ABSTRAK

**PERANCANGAN MEDIA BRAND COMMUNICATION
UNTUK MENINGKATKAN BRAND CONVERSION
LAMANDA RESTO JAMBI**

Sandriana Puti Tama

1601204133

Fenomena meningkatnya minat terhadap masakan tradisional Padang mendorong tumbuhnya rumah makan Nasi Padang di berbagai daerah, termasuk Kota Sungai Penuh. Lamanda Resto, yang berdiri sejak 2018, hadir dengan konsep restoran yang membedakannya dari rumah makan Padang pada umumnya. Namun, Lamanda Resto belum memiliki strategi *brand communication* yang optimal dan masih belum memanfaatkan media sosial. Di tengah tingginya persaingan dan pesatnya perkembangan media informasi, diperlukan perancangan media komunikasi visual yang efektif untuk memperkuat brand dan menjangkau pasar lebih luas. Penelitian ini dilakukan melalui studi pustaka, observasi, wawancara, dan kuesioner, serta dianalisis menggunakan metode SWOT, matriks perbandingan, *consumer insight*, dan *consumer journey*. Konsep visual menggabungkan fotografi sederhana dengan ilustrasi menarik, diterapkan melalui media sosial seperti Instagram, serta media cetak seperti *stationary*, poster, *loyalty card*, kartu nama, dan *merchandise*. Perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan *brand conversion* Lamanda Resto.

Kata Kunci: Brand Communication, Brand Conversion, media sosial.