

ABSTRAK

Industri kuliner di Kota Bandung mengalami pertumbuhan yang signifikan, sejalan dengan persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha. Hal ini menuntut setiap pelaku usaha memiliki strateginya masing-masing untuk pengembangan usahanya. Rumah Makan Ayam Kremesan Ibu Hj. Imam sebagai salah satu usaha kuliner di Kota Bandung menghadapi tantangan dalam meningkatkan pangsa pasarnya. Beberapa permasalahan teridentifikasi menjadi salah satu penyebabnya: keterbatasan segmentasi pasar, kurang kuat dan tidak konsistensian dalam identitas merek, hingga lemahnya implementasi komunikasi merek. Perancangan ini bertujuan untuk menerapkan kerangka kerja strategi desain guna memperkuat daya saingnya melalui solusi desain pada Rumah Makan Ayam Kremesan Ibu Hj. Imam. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, kuesioner, dan studi Pustaka. Hasil dari penerapan strategi desain berupa penentuan strategi desain yang diimplementasikan kepada visualisasi media identitas dan komunikasi merek sesuai dengan kebutuhan bisnis. Melalui penelitian dan perancangan ini, Rumah Makan Ayam Kremesan Ibu Hj. Imam berpotensi meningkatkan daya saingnya dan menjangkau peluang pasar yang lebih luas.

Kata kunci: identitas merek, industri kuliner, komunikasi merek, strategi desain.