

ABSTRAK

Yogyakarta adalah salah satu kota yang cukup sering dikunjungi oleh masyarakat karena banyaknya tempat wisata, tempat kuliner bahkan tempat menempuh pendidikan. Salah satu tempat yang sering dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara serta warga sekitarnya adalah kedai kopi, *Street coffee* merupakan salah satu konsep kedai kopi. Wuzz Coffee merupakan salah satu *street coffee* yang memiliki tiga cabang yaitu di Kotabaru, Taman Pintar dan Kampung Ratmakan (RATM). Penelitian ini berbasis analisis menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Dengan penelitian kualitatif ini dapat memahami secara mendalam bagaimana strategi Wuzz Coffee dalam membangun kesadaran merek dalam konteks membangun *brand street coffee*. Dari hasil penelitian, strategi *brand awareness* dianalisis dengan mencocokkan kategori tingkatan *brand awareness*. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa kesadaran merek Wuzz Coffee terhadap konsumen berada pada tingkatan *unaware of brand* dan *brand recognition*, Secara keseluruhan, Wuzz Coffee menunjukkan keberhasilan dalam membangun *brand awareness* melalui pengelolaan identitas visual, penciptaan pengalaman sosial, komunikasi digital yang terarah serta konsistensi kualitas produk dan layanan.

Kata Kunci : *Brand awareness, Wuzz Coffee, street coffee*

ABSTRACT

Yogyakarta is one of the most frequently visited cities due to its abundance of tourist attractions, culinary destinations, and educational institutions. Among the popular places visited by both local and international tourist, as well as residents, are coffee shops, with street coffee one of its emerging concepts. Wuzz Coffee is one example of a street coffee business, operating three branches located in Kotabaru, Taman Pintar and Kampung Ratmakan (RATM). This study is based on qualitative research method with a descriptive approach. Through this qualitative research, the study seeks to gain in-depth understanding of Wuzz Coffee's strategies in building brand awareness strategy is analyzed by aligning it with the levels of brand awareness categories. Based on findings, it is concluded that Wuzz Coffee's brand awareness among consumers fall within the levels of unaware of brand and brand recognition. Overall, Wuzz Coffee demonstrates success in establishing brand awareness through the management of visual identity, the creation of social experiences, targeted digital communication, and consistency in product and service quality.

Keywords: Brand awareness, Wuzz Coffee, street coffee