

ABSTRAK

Nama : Tedy Septiano Ananda Pratama
NIM : 42319010053
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan Tugas Akhir : Perancangan Visual Brand Identity Pada Kedai Kopi Mat's Corner
Pembimbing : Novena Ulita, S.Pd, M.Sn

Peran *visual brand identity* sangatlah penting bagi usaha-usaha kuliner pada saat ini, khususnya untuk usaha kedai kopi kekinian yang sedang populer hingga digemari oleh masyarakat remaja. Identitas visual dalam sebuah brand dapat membantu usaha agar mudah untuk diingat oleh masyarakat maupun konsumen karena memiliki ciri khas atau keunggulannya masing-masing, sehingga usaha kedai kopi kekinian memiliki keunikannya tersendiri dan bertahan di hati konsumen. Namun, pada salah satu usaha kedai kopi lokal kekinian yang bernama *Mat's Corner* belum memiliki identitas visual tersebut, sehingga masyarakat tidak mengenalinya dengan baik. Oleh karena itu, penulis bertanggung jawab sebagai seorang desainer untuk membuat *visual brand identity* seperti logo, warna, tipografi, dan *supergraphic* pada usaha kedai kopi *Mat's Corner* dan menyesuaikan dengan kebutuhan usaha. Perancangan ini bertujuan untuk mempromosikan atau memperkenalkan brand agar lebih menarik perhatian masyarakat dengan identitas visual yang diberikan.

Kata Kunci: identitas visual, merek, kedai kopi

ABSTRACT

Name : Tedy Septiano Ananda Pratama
NIM : 42319010053
Study Program : Visual Communication Design
Title of Thesis Report : Perancangan Visual Brand Identity Pada Kedai
Kopi Mat's Corner
Counsellor : Novena Ulita, S.Pd, M.Sn

The role of visual brand identity is very important for culinary businesses at this time, especially for contemporary coffee shop businesses that are currently popular and are loved by young people. Visual identity in a brand can help businesses to be easily remembered by the public and consumers because they have their own characteristics or advantages, so that the contemporary coffee shop business has its own uniqueness and survives in the hearts of consumers. However, one of the contemporary local coffee shop businesses called Mat's Corner does not have this visual identity, so people do not recognize it well. Therefore, the author is responsible as a designer to create a visual brand identity such as logos, colors, typography and supergraphics for the Mat's Corner coffee shop business and adapt it to business needs. This design aims to promote or introduce the brand in order to attract more public attention.

Keyword: *visual identity, brand, coffee shop*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA