ABSTRACT

Strategi Visual Kedai Kopi Alami

Written Project Report
Faculty Design and Ceative Arts Studi Program of Visual Communication Design
Mercu Buana University Jakarta, 2017

By **: Candra Purnagara**

Coffee is one of the beverages that become the attraction as well as a favorite drink for some people in parts of the world, especially in Indonesia. Coffee it self has a different taste in each processing there is a traditional use and unisupply it does using coffee machines, Indonesia itself is a producer of coffee beans are well known in the country and abroad because the results of the management of coffee beans in Indonesia got the value Which is positive in the eyes of society.

Based on the data obtained, then formed an idea of existing problems that is to build a good visual coffee house visual strategy to strengthen the brand image of this natural coffee shop to increase sales in the principle of Visual Communication Design.

In building a visual strategy of this natural coffee shop the author does not change the shape of the existing logo, here the author just wants to strengthen a message or tagline that has not been there before. Therefore, in building a design must have a message and a good meaning to the target

Keywords : Aceh Coffee, Traditional, Visual Strategy, Natural Coffee Shop

https://lib.mercubuana.ac.id

ABSTRAK

STRATEGI VISUAL KEDAI KOPI ALAMI

Pertanggung Jawaban Tertulis
Fakultas Desain dan Seni Kreatif Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Mercu Buana Jakarta, 2017

Oleh **: Candra Purnagara**

Kopi merupakan salah satu minuman yang menjadi daya tarik serta sebagai minuman favorit bagi sebagian masyrakat di belahan dunia, terutama di indonesia. Kopi itu sendiri mempunyai suatu cita rasa yang berbeda pada setiap pengolahannya ada yang mengunakannya secara traditional dan adapula yang dilakukannya menggunakan mesin-mesin kopi, indonesia sendiri merupakan penghasil biji kopi yang dikenal baik didalam negri maupun luar negri karena hasil pengelolaan biji kopi di indonesia mendapat nilai yang positif dimata masyrakat.

Bedasarkan dari data yang diperoleh tersebut, maka terbentuklah sebuah ide dari permasalahan yang ada yaitu untuk membangun strategi visual kedai kopi alami yang baik agar memperkuat dari brand image kedai kopi alami ini untuk meningkatkan penjualan dalam asas Desain Komunikasi Visual.

Dalam membangun sebuah strategi visual kedai kopi alami ini penulis tidak mengubah bentuk dari logo yang telah ada, disini penulis hanya ingin menguatkan sebuah pesan atau tagline yang belum ada sebelumnya. Oleh Karena itu, dalam membangun sebuah desain harus mempunyai pesan dan makna yang baik kepada targetnya.

Kata Kunci : Kopi Aceh, Tradisional, Strategi Visual, Kedai Kopi Alami

https://lib.mercubuana.ac.id