

PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* KOPI 98

RINDU ROSA GENI RAMADHANI

42320010080

ABSTRAK

Identitas merek pada sebuah kedai kopi merupakan aspek penting yang mempengaruhi pandangan masyarakat. Semakin hari semakin bertambah penikmat kopi, sehingga masyarakat mulai mencari penghasilan dengan membangun usaha bisnis kedai kopi. Perancangan ini bertujuan untuk merancang identitas merek yang dapat memperkuat citra pada target audiens dengan melakukan perancangan desain logo yang sesuai dengan identitas dan ciri khas dari Kopi 98 tersebut. Metode yang digunakan dalam perancangan ini melalui skema proses desain meliputi setelah melakukan penelitian, menentukan masalah yang diperoleh, mengumpulkan beberapa data, membuat beberapa konsep dan tema karya pada perancangan, membuat beberapa sketsa kasar dan elemen visual yang akan diimplementasikan pada karya seperti, logo, warna, tipografi, dan supergrafis. Setelah menentukan sketsa kemudian dilanjutkan proses digitalisasi untuk dijadikan desain yang komprehensif serta melakukan proses untuk perancangan media mendukung. Hasil dari perancangan menunjukkan bahwa identitas visual yang kuat dapat mempengaruhi persepsi target audiens terhadap kedai kopi tersebut.

Kata kunci: identitas merek, kedai kopi, identitas visual

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* KOPI 98

RINDU ROSA GENI RAMADHANI

42320010080

ABSTRACT

Brand identity of a coffee shop is an important aspect that influences people's point of view on the brand. Days by days coffee lovers increase causing businessman start finding new income by building a coffee shop business. This design is to create brand identity that builds up the proper brand image for target audience by creating the suitable logo design with the identity and characteristic of Kopi 98. The method used in this design is through design scheme process which includes research, identify the problem, collecting data, making concepts and theme of the design, creating rough sketches and visual elements that will be implemented such as logo, colors, typography, and supergraphic. After deciding the sketch, continued by logo digitalization to become a comprehensive design also doing process for supporting media creation. The final artwork of this project showing that a strong visual identity can affect target audience perceptions on the coffee shop.

Keywords: *brand identity, coffee shop, visual identity*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA